الجمهوريـــة الجزائريـــة الديمقراطيـــة الشعبيـــة.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

جـــــامعة منتـــــوري – قسنطينـــة.

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية.

قسم علـــم الاجتمـــاع و الديمغرافيـــا.

رقـــم التسجيـــل.....................

الرقـــم التسـلســلي....................

الإذاعـــة الجزائريـــة من الوطنيـــة إلى المحليـــة و دورهـــا في المجتمـــع.

الدراســة الميدانيــة فى ولايــة قســـنطينة.

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص علم اجتماع التنمية.

إعداد الطالب:

كنزاي محمد فـــوزي.

إشراف:

أ.د/علي بوعنـــاقة.

لجنة المناقشة:

– بشاينية سعد	أستاذ التعليم العالي جامعة قســنطينة	رئيســا
– بوعناقة عــلي	أستاذ التعليم العالي جامعة قســنطينة	مشرفا و مقررا
– خريف حسين	أستاذ التعليم العالي جامعة قســنطينة	عضوا مناقشا
– قيرة إسماعيــل	أستاذ التعليم العالي جامعة ســكيكدة	عضوا مناقشا
– زمام نور الدين	أستاذ التعليم العالي جامعة بســـكرة	عضوا مناقشا
– جصاص الربيع	أستاذ محاضـــــر جامعة قــسنطينة	عضوا مناقشا

2012 / 2011

شكر وعرفان

أتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذ الدكتور "علي بوعناقة" لإشرافه على هذا العمل و له كل التقدير والعرفان بالجميل على صبره و تحمله لي طيلة مراحل هذا البحث المتواضع ، فقد كان لي بمثابة الموجه و المشجع الذي لم يبخل علي بتوجيهاته و نصائحه القيمة.

كما أتوجه بالشكر و الامتنان إلى الأستاذ "عبد المجيد مرداسي"
الذي رافقني طيلة مساري العلمي.
و إلى " وعلي عمر" و "بن قارة مصطفى هلال الدين"
اللذان ساهما في إنجاح هذا العمل بكل إخلاص و تفان.

كما لا أنسى أن أرفع أسمى الشكر و التقدير إلى أساتذتي الذين درسوني بجامعة قسنطينة.

في الأخير أتقدم بالشكر إلى كل إنسان ساندني و شجعني على انجاز هذا البحث المتواضع وأخص بالذكر "بوصفصاف الزبير".

إلى كل الأشخاص الذين ساعدوني في توزيع الاستمارات في مختلف البلديات.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى والــدي الكريمــن

أطالا الله فــي عمرهمـــــا.

إلى زوجتي التي تحملت معي مشقة هذا البحث

من بدايته إلى نهايته و كانت لي سندا قويا لإتمامه.

إلى ابني أحمد رامي و ابنتي لينا حفظهما الله.

إلى إخوتــــي وأخواتــــي.

إلى كل زملائي الأساتذة في جامعة سكيــكدة.

فهـــــــــرس المحتويـــــــــــــات

المقدمـــــة

المقـــدمــــة

يُجمع الدّارسون و الباحثون بأننا نعيش في عصر الاتصال الذي مافتئت تتعاظم أهميته بتعاظم الدور الذي يلعبه في حياة الأفراد و الجماعات حتّى أصبح جــزءا أساسيا في حياتــنا اليومية فكان دوره فعالا و مؤثرا في تشكيل حياة الإنسان و كيانه و بيئته،وفي ظل التطورات التكنولوجية التي عرفتها وسائل الاتصال و الإعلام في العالم و ما انجر عن الثورة المعلوماتية التي غزت تقنيات الاتصال و الإعلام في حياة الإنسان بجميع جوانبها و خاصة في المجال السمعي أو الإذاعي الذي أصبح الرهان الحقيقي له في هذه الألفية هو التكيف مع تكنولوجيات العصر، إن تطور الإذاعة المسموعة بصفة عامة نجمت عنه أشكال عديدة من الاتصال نتيجة الحتميات التطورية للمجتمعات، لقد رافق تطورالإذاعة ظهور ما يعرف بالإعلام المحلي الموجه لخدمة مجتمع محلي و الذي أصبح في كل المجتمعات المتقدمة جزءا لا يتجزأ من المجتمع المدني .

إن الجزائر ليست بمنأى عن هذه الســياقات و التطورات فلقد عرفت حركية كبيرة في هذا المجال حتى و إن كانت متأخرة مقارنة بجيرانها في تونس و المغرب التي عرفتا هذا النوع من الإعلام من قبل فبالنسبة للأولى كان ذلك سنة 1961 (إذاعة صفاقس) و بالنسبة للثانية كان سنة 1984 (إذاعة تطوان).

إن انفتاح التجربة الجزائرية في الإعلام المحلي يعتبر مؤشرا هاما على إعادة تركيب شبكة منظومة العلاقات الاجتماعية من جهة و من جهة أخرى هو إقرار و اعتراف بالعجز المسجل في الاتصال المؤسساتي المحلي تجاه المجتمع، إن هذا النوع من الإعلام يعد احد الركائز الهامة لأي ديمقراطية في العالم، فهو يمثل "لامركزية الكلمة" بكل ما تحمله من دلالات و أبعاد ثقافية.

إن التجربة الجزائرية في مجال الإذاعات المحلية جاءت متأخرة مقارنة بدول عربية و أوربية عديدة ، لكن ما ينبغي التأكيد عليه أن المشروع الطموح المجسد في ارض الواقع و المعبر عنه بــسبعة و أربعون (47) إذاعة محلية يسير بخطوات ثابتة ينمو بالتوازي مع درجة نضج التجربة و الممارسة الديمقراطية في الجزائر، و بالتالي فهو مشروع يهدف إلى تحقيق الانسجام المطلوب و فق التحولات المجتمعية و ذلك بالاعتماد على أهم خاصية فيها و هي إشراك المواطن في التسيير وخلق الإحساس فيه بأنه فعال وإيجابي.

إن المسألة الأساسية للبحث تنطلق من فكرة منطقية مفادها أن الإذاعات المحلية هي نتاج الإذاعة الوطنية ولا أحــد يستطيع إنكار الدور الفعال الذي لعبته الإذاعــة الوطنية الجزائرية خــلال مرحلة

الاستعمار أو خلال مرحلة ما بعد الاستقلال مع كل ما تحمله تلك التجربة من نقائص إلا أن الرّاهن السوسيولوجي و الاتصالي حتّم ضرورات و مقتضيات جديدة أملتها السياقات الإقليمية و الدولية.

إنطلاقا من هذه التحليلات سعى هذا البحث إلى معرفة واقع الانتقال من التجربة المركزية في مجال الإعلام إلى التجربة المحلية في الجزائر و انعكاساتها المباشرة على المجتمع المحلي بالدرجة الأولى.

إنقسمت الدراسة إلى مقدمة، ثمانية فصول و خاتمة.

الفصـــل الأول: خصّص لموضوع الـــدراسة أين تم تحديد الإشكـــالية، أسباب اختيار الموضوع، أهــمية وأهداف الدراسة، صياغة الفروض و في نهاية الفصل عرض لبعض الدراسات السابقة.

الفصـــل الثاني: تناولنا فيه بشكل أساسي المداخل المتعددة لفهم ظاهرة الاتصال و الإعلام موضحين أهم نماذج الاتصال من الناحية الأكاديمية على اعتبار ان النموذج يساعد في توجيه الدّارس إلى العناصر الرئيسية في عملية الاتصال التي ينبغي التركيزعليها و فهم تأثيراتها من اجل السيطرة عليها، و يناقش الفصل أيضا مختلف النظريات التي عالجت ظاهرة الإعلام و الاتصال و التي تشكّل بالنسبة لأي باحث الخلفية المثلى لفهم حقيقة الظاهرة.

الفصل الثالث: ناقشنا فيه بشيء من التفصيل الإذاعة المسموعة في حد ذاتها انطلاقا من تعريفها، نشأتها وظائفها و أنواعها مرورا بخصائصها كوسيلة اتصال جماهيري.

الفصل الرابع: حاولنا فيه تقريب فكرة العمل الإذاعي للقارئ حيث تناولنا بالتحليل والعرضِ الكتابةَ الإذاعية و عناصرها البنائية ، إيمانا منا بأن الاشتغال على وسيلة اتصال معينة يفترض التفكير في آليات عملها كمعرفة اللغة الإذاعية وأشكال الإنتاج الإذاعي وعناصره و مراحـــله، ثم التطورات التكنولوجية للإذاعة المسموعة في الوقت الراهن و الملامح المستقبلية، و تطرقنا في هذا الفصل إلى المؤسسات الإعلامية و مسألة التخطيط الإذاعي في علاقته بالتنمية و كذا أنواع التخطيط و أهميته و أهم معوقاته في الدول النامية ، لنَخلص في الاخير إلى تخطيط الإعلام الإذاعي المحلي في المجتمع.

الفصل الخامس: تناولنا في هذا الجزء السياق التاريخي و السياسي الذي كانت تعمل فيه وســـائل الإعلام والاتصال في الجزائر ابتداءً من عملية التأميم إلى فترات حكم مختلف الرؤساء الذين تعاقبوا على الجزائر.

ثم استعرضنا واقع الإذاعة الجزائرية منذ أن ظهرت على ايدي المعمرين إلى مرحلة الثورة (1954-1962) و ما لعبته من دور محوري فيها ثم مرحلة ما بعد 1962 إلى يومنا هذا. كما حاولنا في هذا

الفصل قراءة و تحليل معظم التشريعات القانونية التي ضبطت و تضبط المؤسسة الإذاعية في الجزائر ابتداء من صدور أول مرسوم في أوت 1963 و انتهاء بآخر مرسوم تنفيذي سنة 1991.

الفصل السادس: تطرقنا فيه بالتفصيـــل إلى الإذاعة المحلية في الجــزائر فعرضنا فيه مفهوم الإذاعة المحـــلية و المفاهيم المرتبطة كمفهوم المجتمع المحلي، الإعلام المحلي، الإعلام الإقليمي، الإذاعة المركزية. و استعرضنا تجارب رائدة في مجال الإذاعات المحلية على غرار التجربة الأمريكية والبريطانية و الفرنسية و الايطالية بالإضافة إلى تجربة كل من الهند و مصر. لقد تناول هذا الفصل بالتحليل خصائص الإذاعات المحلية و أسباب انتشارها ودورها في المجتمع ليصل إلى الفضاء الإذاعي الجزائري بدراسة حالة الإذاعة المحلية و التي عالجنا فيها أهداف و أسباب إنشاء الإذاعات المحلية ومختلف مراحل تطورها في الجزائر ابتداء من مرحلة الانطلاق (1991 – 1994) إلى مرحلة التوسيع (1995–2000) ، فمرحلة التثبيت (2001–2005) ، ثم مرحلة التعميم النهائي (2005 الى يومنا هذا).

كما قمنا بوضع بطاقة وصفية لمختلف الإذاعات المحلية في الجزائر بغية وضع بنك معلوماتي في متناول الباحثين في هذا الميدان.

الفصل السابع: عرضنا فيه الإجراءات المنهجية ، حيث حددنا مجالات الدراسة و المنهج الذي اتبعناه في فهمنا للظاهرة، بعدها حددنا الأدوات المستخدمة في جمع البيانات، ثم ضبطنا عينة الدراسة بناءً على خصائصها.

الفصل الثامن: وضعَ هذا الفصل المناقشة النظرية في سياق الممارسة الميدانية و هذا باخضاع الفرضيات المتنوعة للمحك الامبريقي، و فيه تم تحليل و تفسير البيانات بناءً على محاور الدراسة و ذلك باستعمال المعالجة الإحصائية و التحليل الكيفي ، كما تم في هذا الفصل عرض نتائج الدراسة في ضوء فرضياتها.

الفصـــــل الأول

موضـــــوع الدراســــــــــة

1 – تحديـــــد الإشكاليـة.

2 – أسباب اختيار الموضوع.

3 – أهميــــــــة الموضوع.

4 – أهداف الدراســـــة.

5 – فــروض الدراســــــة.

6– الدراســات السابقـــة.

1- تحديد الإشكالية:

إن العلاقة الموجودة بين حقل الإعلام و الاتصال و النظام السياسي في أي دولة كانت، حقيقة لا يستطيع احد إن ينكرها، بل و أكثر من ذلك فمهما كان شكل و طابع المؤسسة سواء إن كانت ذات طابع سوسيو-ثقافي أو ذات طابع اقتصادي بحت إلا و كان هناك ارتباط وثيق بينهما و بين النظام السياسي. فالمؤسسة تعد وحدة اقتصادية و تجمع تقني و تنظيم اجتماعي. تعتبر كفضاء وامتداد لممارسة السلطة، تبرر السلطة من خلالها إيديولوجية(1). إلا إن هذا الارتباط العضوي لا يجب أن يفهم على انه مطلق بل انه نسبي و هذا يتوقف في الكثير من الأحيان على توفر عدة شروط من بينها التقنية و المتمثلة في النمو الكافي لوسائل الاتصال الجماهيري، و منها السياسية المتمثلة في سيادة و نضج بعض القيم و الدلائل في المجتمع كالتحرر الديمقراطي و سيادة الشعب مثلا.

إن غياب هذه الأرضية تساعد على تحقيق وضعية الارتباط المطلق بين وسائل الاتصال الجماهيري و السلطة السياسية و يصبح هناك اندماجا شبه كلي يؤثر مباشرة على دور ووظائف الجهاز الإعلامي في المجتمع . فوسائل الاتصال الجماهيري في علاقتها بالسياسة تتوقف على فلسفة هذه الوسائل في المجتمع و ملكيتها فهي إما تابعة للنظام السياسي و أداة من أدوات ممارسة السلطة في المجتمع، و في هذه الحالة هي ملزمة بالمنطق الدعائي لسياسة النظام الحاكم، و إما أنها وسائل مستقلة عن النظام أو تابعة لأحزاب و هي في هذه الحالة تتبنى وجهة نظر الرأي العام، أو على الأقل الجماعات السياسية المؤثرة.(2)

و الإذاعة السمعية ، بوصفها جزء لا يتجزأ من وسائل الاتصال الجماهيري بل من أهمها على الإطلاق، فإنها تشكل أداة هامة في حفظ و توازن المجتمع خاصة خلال الأزمات، كما يحظى هذا القطاع في أي الدولة كانت بعناية كبيرة من حـيث الإمكانات المالية و التقنية و الفنية بغية إعطاءه دور فعال في منظومة عالمية تغيرت فيها معطيات تصميم الاستراتيجيات و الرهانات و أصبح من يمتلك المعلومة هو الذي يسير و الدولة التي تمتلك أكبرعدد من الإذاعات الوطنية و المحلية هي الدولة القادرة على فهم مجتمعها فهما صحيحا. فعن طريق هذه القنوات الاتصالية الفعالة تتفادى الدول الأزمات الداخلية لأنها تضمن صمامات أمان و تسمح بنقل و توريث أفكار و ثقافات محلية عديدة تنصهر في تكامل و تنوع في ثقافة واحدة، و في إطار فهمنا لواقع وسائل الاتصال الجماهيري نخص بالذكرالتجربة الجزائرية حيث سارعت الجزائر مباشرة غداة الاستقلال و بالضبط في شهر أوت من سنة 1963 بتأميم الإذاعة الجزائرية و انطلقت في عملية احتكار و جتمعت وسائل الاتصال الجماهيري على مختلف أنواعها (إذاعة سمعية و بصرية، صحافة مكتوبة) بغية تركيزها في يد السلطة آنذاك وقد استعملت السلطة السياسية مبررة "التأميم" للاستيلاء على هذه الوسائل.

(1) Mancer Mohaned Amokrane, quelques réflexions a propos de la thèse d'état de Ali el kenz , U.R.S.C ,1992 , p.4.

(2)بسيوني ابراهيم حمادة،دور وسائل الاتصال في صنع القرار ،مركز دراسات الوحدة العربية (اطروحة دكتوراه) ، بيروت نالطبعة الأولى ،1993،ص.18.

إن عملية التأميم و ما انبثق عنها من أسباب قانونية تراوحت بين أسباب مالية و أخرى سياسية جعل من أجهزة الإعلام في الجزائر تعتمد منطق الوحدوية و الفكر المتجانس، فقد عملت هذه الوسائل على خلق و إنتاج صورة ذهنية متجانسة للحقيقة السياسة و الثقافية و التاريخية و حتى الأيديولوجية للمجتمع الجزائري، بمعنى آخر إن عملية توظيف وسائل الاتصال الجماهيري في مجال الإعلام الثقيل (الإذاعة المسموعة و التلفزيون) من طرف السلطة يمكن إرجاعه بالدرجة الأولى إلى عدة مستويات تحليل تتجسد فيمايلي :

– المستوى الاقتصادي: لقد حاولت الدولة منذ الاستقلال خلق سوق وطني في مجال الإعلام لا يخضع إلى معايير السوق الاقتصادية و المتمثلة في نوعية العرض و الطلب، إذ أن النظرة إلى المؤسسة الإعلامية من طرف الدولة كانت نتاج تصور محدد مفاده انه يجب على المؤسسة الإعلامية أن تضمن مردودية سياسية اتجاه السلطة السياسية بالدرجة الأولى. إن هذه التصورات لوظيفة قطاع الإعلام افرز منطق يقوم على تحويل " الرأسمال الاقتصادي " المتحكم فيه من طرف الدولة إلى " رأسمال رمزي" و " رأسمال ثقافي منتج لأشكال وقيم ثقافية وسياسية اجتماعية مشحونة أيديولوجيا يتصور المجتمع من خلالها صورته. إذ أن الحقيقة السياسية تعتمد على الصور الذهنية ، فوسائل الاتصال تغير من الصور الذهنية للأفراد وهذه بدورها تؤثر في السلوك النهائي للفرد.

– المستوى الثقافي: تميز بمحاولة توحيد "الأسواق الثقافية" المجودة في الجزائر، فأسند للثقافة دور توحيدي عن طريق محاولة بناء مفهومات خاصة مشحونة ومهيكلة ايديولوجيا كمفهوم "الثقافة الوطنية" إذ لا يمكن تصور وجود ثقافات محلية أخرى مـــــجاورة لما يسمى بـــ "الثقافة الرسمية" التي تبثها مؤسسات و هياكل الدولة ، فقد ساهمت الدولة من خلال قطاع السمعي في بلورة هذه الفكرة بمحاولة وضع خطوط حمراء للمجال الثقافي وذلك عن طريق توحيد جميع الرموز الثقافية واللغوية المتوارثة في المجتمع ، وعملت على خلق التجانس بين مختلف أشكال الاتصال سواء في الميدان الفني أو الأدبي و حتى الرياضي ، إذ نجد بان الدولة وخاصة في مرحلة الحزب الواحد (1962–1988) قامت بتأسيس أطر ومفهومات عديدة مهيكلة ومتشبعة إيديولوجيا في خطابات مؤسساتية رسمية متعلقة بتصور "الهوية الوطنية"، "الوطن"، "التاريخ"، "الأمة"، "الثورة"، "العائلة"، "الدين"، "المدرسة"،...الخ. وجعلت من هذه الموضوعات حسب منطقها المعلم الثقافي الشرعي الوحيد.

بمعنى أن الإذاعة المسموعة الجزائرية عملت على ترسيخ مبادئ منصهرة في "رأسمال الدولة" وأرادت أن تجعل من فرضياتها التاريخية والسياسية قاعدة انطلاق في تصور الواقع الثقافي والاجتماعي في الجزائر.

لقد كان للأحادية الثقافية ومحاولة خلق التجانس بالغ الأثر في إقصاء وتهميش عدة ثقافات محلية، بل وأكثر من ذلك إقصاء أي رأي مخالف لرأي التوجه السياسي السائد بحيث لا نجد في الموضوعات الإعلامية التي تطرحها وسائل الاعلام و الاتصال بمختلف انواعها مواضيع تختص بالثقافة الميزابية أو الثقافة الأمازيغية

أو التارقية ويمكن إيجاد تفسير لهذه الوضعية في نظرة الدولة التي تنزع نحو الشمولية والأحادية السائدة آنذاك أي في الفترة مابين (1962-1988).

إن تجاهل التنوع الثقافي والسوسيولوجي للمجتمع الجزائري لم يستمر فبعد أحداث أكتوبر 1988 التي وضعت أمام العيان عدم فعالية النظام السياسي و الأيديولوجي الجزائري الذي ساد البلاد مند سنة 1962، ونتيجة لهذه الأحداث اخذ النظام السياسي مسارا مختلفا عن المسار القديم خاصة من ناحية الشكل، أي تعدد الأحزاب، انتخابات حرة، ولكن على مستوى الممارسة هناك عملية إعادة إنتاج للنظام القديم ومكنزمات الحفاظ عليه.

لقد أصبح النظام السياسي الجزائري يقر بالديمقراطية التعددية و يعترف بالتعددية السيـــاسية والإعلامية، و يمكن الإشارة هنا إلى أن هذا المكسب على مستوى المبدأ يعد جد مهم خاصة في بلد عانى الأحادية الفكرية والسياسية لمدة ثلاثين سنة.

بمعنى آخر إن مصطلح "التعددية الإعلامية" يطـــرح في طياته عدة أبعاد من أهـــمها "لامركزية الكلمة " و كان أهم دليل على ذلك انفجار السوق الإعلامية خاصة في مجال الصحافة المكتوبة أولا والإذاعة السمعية لاحقا في مجال الاعتراف بالخصوصيات المحلية.

إن هذه الدينامكية التي أفرزتها أحداث أكتوبر 1988 غيرت في المعادلة التي سادت طوال ثلاثين سنة من استقلال الجزائر و التي تميزت باحتكار الكلمة لصالح فئة سياسية معينة عكفت على توظيف "الرأسمال الثقافي و الرمـــزي" عبر الزمن مما سمح بخـــلق أصناف إدراك تسمح لأفراد المجتمع الواحد من ترميز و تشفير القضايا الجوهرية الموجودة بداخله في اتجاه أحادي شمولي.

لقد وضعت التجربة الديمقراطية المؤسسات الإعلامية أمام امتحان صعب وهذا نظرا لتعقد العلاقة الموجودة بين النظام السياسي والمجتمع المدني ووسائل الاتصال الجماهيري، التي يقع عليها عبء خلق التفاعل الطبيعي بين اهتمامات قضايا المواطن (الرأي العام) والنظام السياسي.

والحقيقة أن العلاقة بين الإذاعة المسموعة كأحد وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع و النظام السياسي هي علاقة جوهرية إلى الدرجة التي يصعب معها تصور إحداهما دون الآخر أو قيامه بوظائف بمعزل عنه وهذه العلاقة قائمة أيا كانت طبيعة وشكل النظام السياسي وأيا كانت طبـــيعة وشكل النظام الاتصالي و الاعلامي وأيا كانت الفلسفة التي تحكم النظامين.

فالاذاعة المسموعة بوصفها عملية اجتماعية وأحد وسائل الاتصال الجماهيري تشارك مشاركة فعالة في تطور السياسة باعتبارها جزء من المجتمع تجد نفسها تلقائيا تعمل في إطار توجهاته.

إن الوضعية الجديدة التي فرضت نفسها بعد أحداث أكتوبر 1988 تقر بوجود "الآخر" ووجود ثقافته المحلية التي تعمل في إطار هذا الكل المعقد، هذه الوضعية حتّمت على وسائل الإعلام خاصة السمعية منها في مرحلة أولى التفتح على الواقع الثقافي الجزائري بكل أبعاده و بذلك انتقلت هذه الأخيرة من مرحلة الاحتكار أو بما يسمى " الصبغة الوطنية" إلى مرحلة "الصبغة المحلية" و مجابهة الراهن الجديد للمجتمع الجزائري بكل أبعاده و تعقيداته. إن مثل هذا الانتقال يعتبر تطورا ملموسا سيؤثر من دون شك على مستوى الفكر و الممارسة.

من خلال هذا السياق فإن دراسة الإذاعة الوطنية المسموعة و انتقالها الى الصبغة المحلية هو في حقيقة الأمر بحث عن ميكانزمات إعادة تشكل الروابط الاجتماعية وكيفية تصورها من طرف المجتمع الجزائري.

إن السؤال المحوري في هذه الدراسة الراهنة هو:

هل تعدد الإذاعات المحلية يعني إنتاج المحلية و التعبير عنها أم انه في الحقيقة مساءلة لكل مـــا كان ثابتا و متفقا عليه سواءً الثقافي و السياسي منه أو الاجتماعي؟

أما الأسئلة الفرعية فهي كالآتي:

- ما هو الدور الحقيقي المنوط بالإذاعات المحلية؟
- هل اللجوء إلى الإذاعات المحلية يعبر عن اعتراف بالآخر المختلف اجتماعيا وثقافيا؟
- هل الإذاعات المحلية تزيد في عملية الاندماج الاجتماعي، وبالتالي تساهم في إعادة تشكل لروابط اجتماعية جديدة في المجتمع؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لموضوع الإذاعة المسموعة يدخل في صلب إستراتيجية بحثية تبنيناها منذ السنوات الأولى للتدرج في الجامعة، إذ كان بحثنا الأول في هذا المجال قد تناول الصحافة المكتوبة في الجزائر ثم انتقلنا إلى البحث في المؤسسات الإعلامية و كيفية عملها في مرحلة الماجستير، ليتوج البحث في مرحلة الدكتوراه بدراسة الإذاعة المسموعة في الجزائر. إن استمرارنا في عملية البحث في هذا المجال و طرح أكبر مجموعة من الانشغالات الموضوعية التي تعبر عن خبايا قطاع الإعلام و خاصة السمعي منه الذي أصبح في الآونة الأخيرة يمثل أولوية إستراتيجية تبنتها كل الدول بامتياز لا سيما الدول الحديثة التجربة في الممارسة الديمقراطية .

لقد كان اختيار موضوع البحث نابعا من الأسباب التالية:

– التنامي المذهل في عدد الإذاعات المحلية في الجزائر (سبعة و أربعون إذاعة حتى وقت إجراء هذه الدراسة).

– البحث عن الحقيقة التي استدعت إعادة هيكلة حقل الإعلام السمعي في الجزائر، أي أسباب الانتقال من الإذاعة الوطنية إلى الإذاعات المحلية.

– الحاجة الملحة للتبصر بالواقع الاتصالي الجزائري في ظل التحديات الاتصالية الراهنة.

– فهم حركة الانتقال من الوطني إلى المحلي في مجال الإعلام التي تعبر في جوهرها عن إعادة تركيب وهيكلة لشبكة العلاقات الاجتماعية في المجتمع الجزائري.

3–أهمية الموضوع:

يكتسي موضوع دراستنا أهمية كونه تناول موضوعا محوريا في حقل الإعــلام و الاتصال يؤثر في ديناميكية و حركية المجتمع و تنبع أهميته من :

– أن الموضوع يدخل في إطار الدراسات التي تبحث في العلاقة بوسائل الإعلام الجماهيرية بعمليات الاتصال بصورة عامة في المجتمع، و ما يمكن أن تمارسه هذه الوسائل من تأثير على المجتمع.

– أن موضوع الإذاعة المسموعة في كل المجتمعات على اختلاف رهاناتها الوطنية و المحلية يحظى بقيمة مرموقة.

– الدور المحوري الذي تلعبه الإذاعة المسموعة في المجتمع لما لها من سمات و خصائص تؤهلها لذلك.

– قدرة الإذاعات المحلية في خلق تمشاركية في سيرورة التفاعل الاجتماعي داخل الوسط المحلي و من ثمة ربطه بالوسط الكلي.

– تعتبر الإذاعات المحلية مؤشرا قويا على سلامة أي ديمقراطية – ولو على مستوى المبدأ– في أي بلد.

– أن الإذاعات المحلية هي مؤشر مهم بالنسبة للامركزية الكلمة في المجتمع و بالتالي فهي مقياس حقيقي للحرية في المجتمع.

4–أهداف الدراسة:

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف ولعل أهمها:

- إبراز دور و فعالية وسائل الإعلام لا سيما منها الإذاعة المسموعة بشقيها الوطنية و المحلية.
- التعرف على الساحة الإعلامية و الاتصالية في الجزائر و كذا سد النقص الملاحظ في مثل هذا النوع من الدراسات.

- تحديد دور الإذاعة المحلية بوصفها نشاطا تكنولوجيا يساهم في عمليات تغير البنى الاجتماعية في الجزائر .
- محاولة رصد أهم الوسائل الاتصالية و الإعلامية الفاعلة و الفعالة داخل المجتمع الجزائري.
- اكتشاف الطرق المختلفة لتأثير الاذاعة على سلوكات و ادراكات الأفراد و الجماعات.

5-فروض الدراسة:

بالإستناد إلى عناصر و مكونات المشكلة البحثية، و ما تسعى الدراسة إلى تحقيقه، صاغت الدراسة الراهنة ثلاثة فرضيات إجرائية تتمثل فيما يلي:

الفرضية الأولى:

للإذاعة المحلية دورا في معالجة المشكلات الاجتماعية، السياسية و الاقتصادية.

الفرضية الثانية:

تسعى الإذاعات المحلية إلى تكريس التنوع الثقافي .

الفرضية الثالثة:

تزيد الإذاعات المحلية في عملية الاندماج الاجتماعي داخل المجتمع المحلي .

6-الدراسات السابقة:

6-1-الدراسة الاولى : الاعلام المحلي و قضايا المجتمع:

- **بيانات بيبليوغرافية:**

المؤلف: طارق سيد احمد.

طبيعة الدراسة:نظرية و ميدانية.

عدد الصفحات: 354 صفحة.

المجال الجغرافي للدراسة: الإسكندرية (جمهورية مصر العربية).

- **أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على قضايا الإعلام المحلي بمصر و طرح بعض قضاياه بالإضافة للظروف التي تسهم في جعل نظام الإعلام مركزيا أو غير مركزيا، مع استعرض الباحث لثلاثة تجارب توضح قدرة بعض الدول على تبني نظام لا مركزي حقيقي للاتصال (نموذج الولايات المتحدة الأمريكية، النموذج البريطاني، النموذج الهندي)، بالإضافة إلى تجربة الإعلام الإقليمي في جمهورية مصر العربية، لينهي الباحث الدراسة بعرض مشكلات مدينة الإسكندرية و كيفية تناولتها في القناة الخامسة.

- **الاشكالية:**

لقد انعكست التطورات على أنظمة وسائل الإعلام في العالم الغربي، كما في العالم النامي على السواء، ففي ظل بيئة اتصالية تتسم بتعدد الرسائل الاتصالية و تنوعها، برز اتجاه نحو الاهتمام بالأقاليم المحدودة و الاتصال التي يخدم هذه المجتمعات، و برز من الأفكار ما يشير إلى قصور النظم الإعلامية المركزية عن تلبية حاجات كل قطاعات المجتمع و متطلباته فكان اتجاه العديد من الدول إلى اللامركزية، فقدرة وسائل الإعلام المحلية على التخصيص و قرب رسائلها من واقع الجماهير و مشكلاتها و المدى الذي تبلغه في إطار الخصوصية الاجتماعية و التاريخية و الثقافية تجعل الإعلام المحلي يكتسب أهمية قصوى.

- **فرضيات الدراسة:**

- يتمثل العرض الصحيح و الموضوعي للمشكلات في الاهتمام بالتوازن في وجهات النظر المختلفة حولها.

- يتمثل العرض الصحيح و الموضوعي للمشكلات في الإمداد بوجهات النظر التي ترجع المشكلات إلى أسبابها الحقيقية.

– يعد عرض المشكلات عرضا صحيحا حين يتضمن إشارة واضحة إلى جوانب التقصير و السلبيات مع تحديد نوعية المسؤولية و على من تقع.

– إطار الدراسة:

– المجال الجغرافي: تستهدف القناة الخامسة خدمة كل من مدينة الإسكندرية و البحيرة و جزء من الساحل الشمالي، فبثها يغطي دائرة نصف قطرها خمسون (50) كيلومتر و يبث لتعداد سكاني قدره ثلاثة ملايين نسمة.

– المجال الزمني: تناول التحليل المشكلات المطروحة في القناة و تتنوع بين ما يمكن اعتباره مشكلات خاصة و فردية و أخرى جماعية تختص بشرائح ذات أهمية في المجتمع، و مشكلات ذات طبيعة عامة تهم المجتمع برمته، و قد بلغ إجمالي الزمن الذي خضع إلى التحليل (48) ساعة و (49) دقيقة ، أي أن فترة التحليل دامت (122) يوم و بمتوسط يومي قدره (24) دقيقة.

–طريقة الدراسة:

– منهج الدراسة: قبل أن يخوض الباحث في دراسة الوسيلة الإعلامية التي اختارها كموضوع للبحث، تطرق إلى الإعلام و المجتمع و تناول فيه قضية أساسية تمثلت في دور الإعلام في المجتمع مبتدءا ببعض المسلمات التي تبين أن الإعلام لا يمكن أن يفصل عن المجتمع و النظام الاجتماعي، يلي ذلك نبذة تاريخية عن تطورات أبحاث الاتصال (الاتجاه الامبريقي و النقدي)، بعد ذلك تم عرض بعض النماذج النظرية التي تنتمي لكليهما (الاتجاه الماركسي و الوظيفي و مدرسة فرانكفورت)، و في النهاية تم توضيح علاقة الإعلام بالمجتمع.

ثم تطرق الباحث إلى الإعلام المحلي بدءا بتعريفه و محاولة إقامة التفرقة بين المحلية و الإقليمية، كما قدم الباحث ثلاثة نماذج تمثل البلدان التي تبنت نظام الإعلام المحلي اللامركزي (نموذج الولايات المتحدة، نموذج بريطانيا، نموذج الهند). و قد خصص الباحث جزءا للحديث عن تجربة الإعلام الإقليمي في مصر، فاشتمل على توضيح أهمية الإعلام الإقليمي و سياسته و الحالة التي تتصف بها وسائل الإعلام الإقليمية القائمة.

ينتهي الباحث بشق أخير يمثل الدراسة الميدانية عرض فيها بعض مشكلات الإسكندرية و كيفية تناولها في القناة الخامسة.

و قد تمت الاستعانة بالمنهج الوصفي لمسح عينة من المشكلات التي تعالجها القناة الخامسة، و قام الباحث بتوظيف تقنية تحليل المحتوى عن طريق تحليل مشكلات تهم المجتمع برمته. و بلغ إجمالي الزمن الذي خضع للتحليل (48) ساعة و (49) دقيقة، و قد استعمل في تحليله الأسلوبين الكمي و الكيفي، كما مكنت هذه التقنية من إبراز المشكلات الأساسية التي تتطرق إليها القناة الخامسة منها مدى مواكبة المشكلات المعروضة للأحداث ،أهداف برامج الخدمات ،مصدر المشكلات المعروضة، الزمن المخصص للمشكلات.

- أدوات الدراسة: كخطوة أولى، اعتمد الباحث على عدة بيانات متعلقة بخلفية البحث و تشمل الكتب و المقالات و البحوث الجامعية، و المحاضرات و التقارير، أما فيما يخص جمع البيانات لدراسة المشكلات، فقد تم الاعتماد على نص المادة المعروضة بعد تسجيلها.

- **نتائج الدراسة:**

كشفت الدراسة عن النتائج الآتية فيما يخص تناول مشكلات المجتمع المحلي:

- من ناحية نوعية المشكلات التي تعرض: اتضح أن المشكلات الفردية تعد الأولى من حيث درجة الاهتمام التي تمنحها برامج الخدمات، حيث تصل نسبة هذه المشكلات مجتمعة إلى 22.65 % من إجمالي المشكلات التي عرضتها القناة، ثم تأتي مشكلات المرافق و الخدمات في الترتيب الثاني، أما المشكلات الاجتماعية فقد احتلت الترتيب الثالث، و في الترتيب الرابع تأتي المشكلات الاقتصادية و تشترك كل من مشكلات البيئية و الصحية في الترتيب الخامس، ثم ترتيب بقية المشكلات على النحو التالي:
  - التعريف بالعادات المحلية و أنشطة المجتمع المحلي.
  - التعريف بالإمكانيات السياحية.
  - عرض لتجربة فرد أو جماعة لتنمية مجتمعهم المحلي.
  - المشكلات الثقافية.
- من ناحية التوزيع الجغرافي للمشكلات: اتضح أن هناك تركيز على مشكلات الإسكندرية أكثر من المدن الأخرى، حيث تشغل مشكلاتها نسبة 57.41 % في حين تشغل مشكلات "البحيرة" نسبة 7.43 % أما محافظة "مطروح" فتحتل مشكلاتها نسبة 2.47 % و من ناحية أخرى هناك تركيز على مشكلات المناطق الحضرية دون المناطق الريفية و البدوية، فإجمالي مشكلات المناطق الحضرية هو 23.19 % من الإجمالي العام للمادة المذاعة، يليه مشكلات المناطق الريفية و الزراعية بـــ 6.90 % و أخيرا البدو بنسبة 1.95 %.
- من ناحية أهداف برنامج الخدمات: تسعى القناة إلى تحقيق أهداف من خلال برامجها تتمثل في:
  - التوعية بالمشكلات و تحتل المرتبة الأولى بنسبة 29.20 % من إجمالي الأهداف الأخرى.
  - يتمثل الهدف الثاني في حل المشكلات الفردية و تصل نسبته إلى 21.24 %.
  - ثم يأتي النقد كهدف في المرتبة الثالثة.
  - أما تقديم المعلومات فيشغل المرتبة الرابعة.
  - يتمثل الهدف الخامس في الحشد والتأييد بنسبة 12.21 %.
  - تتوزع نسبة 1.95 % على أهداف أخرى متنوعة.
- من ناحية مصدر المشكلات المعروضة:
  - تشغل نسبة المسؤول كمصدر المرتبة الأولى 42.33 %.
  - و تمثل المواطن العادي المصدر الثاني للمشكلات بنسبة 37.10 %.

- و يأتي المتخصصون في الترتيب الثالث بنسبة 21.19 %.
- و يشكل المذيع المصدر الرابع و الأخير.
- من حيث الزمن المخصص للمشكلات المعروضة: تأتي مشكلات المرافق و الخدمات في الترتيب الأول، حيث حصلت على أعلى نسبة من الوقت و خصص لها (567) دقيقة أي ما يوازي (9) ساعات و (28) دقيقة، و في الترتيب الثاني نجد المشكلات الاجتماعية التي تم عرضها في (333) دقيقة أي (5) ساعات و (33) دقيقة، و تأتي المشكلات البيئية في الترتيب الثالث، أما المشكلات الصحية فقد احتلت الترتيب الرابع.
- من حيث الاشكال البرامجية للمشكلات المعروضة: اتضح من الدراسة أن الحوار كان في الترتيب الأول كشكل وضعت فيه المادة الإعلامية. حيث شغل نسبة 71.68 % من إجمالي الأشكال المستخدمة، ثم بعد ذلك يأتي الريبورتاج الذي كانت نسبته 15.68 % ،و في الترتيب الثالث نجد الحديث المباشر بنسبة 10.79 % أما اقل الأشكال المستخدمة فكان فيلم يصحبه تعليق بنسبة 1.85 %.
- من ناحية المعالجة الفنية للمشكلات المعروضة: لقد اتضح أن المؤثرات الصوتية تحتل المركز الأول من الأشكال التي تصاحب عرض الموضوع حيث تمثل نسبتها 77.72 % في حين نجد استخدام الأشكال البيانية في الترتيب الثاني بنسبة 9.79 % و يلي ذلك استخدام الأفلام الثابتة 6.99 % ثم الصور الفوتوغرافية 5.59 %.

و قد خلص الباحث إلى نتيجة مؤدها أن الشكل الغالب لعرض المشكلات هو الطرح الرسمي للمشكلات، فلا يتم الوقوف كثيرا عند حجم أية مشكلة أو أبعادها أو آثارها و طرق حلها، ما يؤدي إلى سيطرة الطابع المركزي على وسائل الإعلام المحلية و الذي شكل احد أهم العوامل المؤثرة على قدرة الإعلام على أن ينتقد و يكشف عن بعض سلبيات المجتمع و بالتالي يقلل من الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام و المتمثل في ممارسة النقد الاجتماعي.

6-2-ا لدراسة الثانية : الاعلام الاقليمي:

-بيانات بيبليوغرافية:

المؤلف: إبراهيم عبد الله المسلمي.

-نوعية الدراسة: نظرية و ميدانية.

-عدد الصفحات: 335 صفحة.

-المجال الجغرافي للدراسة: مدينة الاسماعلية (مصر).

-المجال الزمني: 1992.

- أهداف الدراسة:

حسب الباحث إن هدف الدراسة الرئيسي هو توفير إجابة عن سؤالين أساسين هما:

- ما مدى تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الإقليمية استماعا، قراءةً، مشاهدةً ؟ وما هي العلاقة الارتباطية بين هذه الوسائل ؟

- ما هو مدى تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الإقليمية الأخرى الصادرة عن مجتمع خارج نطاق الدراسة الميدانية استماعا، قراءةً، مشاهدةً ؟ و ماهي العلاقة الارتباطية بين هذه الوسائل ؟

الإشكالية :

يعد الاتصال من الحاجات الأساسية التي نشأت مع بداية المجتمعات البشرية، ومن هنا نشأ الحديث عن الحق في الاتصال، كما نشأ الحديث عما أصبح يسمى ديمقراطية الاتصال، دون تقيد بالحدود الجغرافية ، وهو المبدأ الذي يدعو إلى ضرورة توخي الوسائل المناسبة لكل مجتمع إنساني للانتفاع بوسائل الإعلام و المشاركة في نشاطها، إذ يجب على الإعلام بوسائله المتعددة أن يكون معبرا عن كافة المواطنين سواء داخل العاصمة السياسية، أو في الأقاليم المختلفة للدولة، ذلك أن المشاركة الوطنية الحقيقية في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية لن تتم ما لم يتدفق الإعلام من أسفل إلى أعلى ومن أعلى إلى أسفل. إن تدفق الإعلام في الدول النامية نجده ينضب و يجف و هو في طريقه من عواصم الدولة نحوى القرى و هذا نقص مزعج في الإعلام الذي لابد منه لتكوين دولة عصرية ، و هذا لن يتأتى عن طريق تفضيل العاصمة السياسية للبلاد أو بعض الأقاليم المتميزة الأخرى عن غيرها ، كما أن الاهتمام بإقليم واحد على حساب باقي أقاليم الوطن الواحد يؤدي إلى اضطراب التفكير أو الاغتراب و السلبية، و تتسم المؤسسات الإعلامية في أغلبية الدول العربية بالمركزية فلا توجد محطات إذاعية إقليمية إلا في عدد بسيط من الدول و إمكانيات البث و الاستوديوهات مركزة في العاصمة و قد دفعت الرغبة في السيطرة المركزية على الإعلام الحكومات العربية إلى تركيز الإعلام في العواصم.

- إطار الدراسة:

- المجال الجغرافي: لقد تم العمل الميداني في مدينة الاسماعلية ممثلة للحضر بالإضافة إلى قريتين تابعتين لمركز الاسماعلية هما قرية (أبو عطوة) و قرية (الفضة).

- المجال الزمني: لقد تمت الدراسة سنة 1992.

- طريقة الدراسة:

- منهج الدراسة: تعتبر هذه الدراسة من الدراسات أو البحوث الوصفية أو التشخيصية، تعتمد على وصف طبيعة و سمات و خصائص مجتمع معين، و لصعوبة حصر مجتمع البحث فلقد تم الاعتماد على منهج المسح، و ذلك بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات و المعلومات المطلوبة.

و قبل التطرق إلى الاعتبارات المنهجية تطرق الباحث إلى:

- بناء نظري لتعريف الإعلام الإقليمي،و تم تحديد وظائفه في المجتمع المعاصر.

– مسح لوسائل الإعلام الإقليمية بما فيها من راديو و صحافة و تلفزيون في بعض دول العالم التي تجتمع فيها تلك الوسائل الثلاث معا.

– تأصيل تاريخي لنشأة الإعلام الإقليمي في مصر و تطوره.

– دراسة ميدانية عن الاستماع و المشاهدة و القراءة لوسائل الإعلام الإقليمية، في احد المجتمعات التي تتوافر فيها هذه الوسائل الثلاث مجتمعة في مصر.

– العينة:

اختار الباحث عينة عشوائية منتظمة قوامها (400) حالة وفقا لقدراته و إمكانياته بحيث تكون ممثلة قدر الإمكان للبيئة، النوع و فئات السن، كما راعى الباحث ثلاثة ضوابط في اختياره لحجم العينة، أولها: أن تمثل البيئة (الحضر و الريف) وفقا لتمثيل كل منهما في المجتمع الأصلي و ثانيها أن تكون ممثلة للنوع (الذكور و الإناث) أيضا وفقا لتمثيل كل منها في المجتمع الأصلي و ثالثها أن لا تقل فئة سن هذه العينة عن خمسة عشرة عاما و قد وزعها الباحث على فئات عمرية مختلفة تتكون من (اقل من 20 سنة –20 سنة ، اقل من 30 سنة– 30 سنة ، اقل من 40 سنة –40 سنة فأكثر)، مع العلم أن الباحث استبعد (35) حالة لم تحقق الصدق في إجابتها و بذلك أصبح مجتمع البحث يتكون من (365) حالة.

– أدوات الدراسة:

اعتمد البحث بدرجة أساسية على صحيفة استبيان مقننة لجمع بيانات أساسية و مباشرة عن العينة المختارة و قد شارك في إجراء الدراسة الميدانية أربعة أساتذة معيدين و خمسة من الطلبة الدراسات العليا بقسم الإعلام بعد تدريبهم بكفاية على العمل الميداني و حرص الباحث على أن لا ينتمي هؤلاء المساعدون إلى محافظة الاسماعلية حتى لا تكون لهم تأثير بالسلب أو الإيجاب على إجابات المبحوثين من أبناء الإقليم.
بالإضافة إلى اعتماد الباحث على قاعدة بيانات تتكون من كتب و بحوث و مقالات و مقابلات شخصية.

– تساؤلات الدراسة:

انطلق الباحث من سؤالين أساسين حاول الإجابة عليهما و هما:

–ما هو مدى تعرض المبحوثين في مجتمع الدراسة لوسائل الإعلام الإقليمية بالقراءة أو الاستماع أو المشاهدة؟ ما هي العلاقة الارتباطية بين هذه الوسائل؟

–ما مدى تعرض هؤلاء المبحوثين لوسائل الإعلام الإقليمية الصادرة من مجتمع خارج نطاق الدراسة الميدانية؟ و ما هي العلاقة الارتباطية بين هؤلاء و بين الذين يقرؤون و يسمعون و يشاهدون وسائل إعلامهم الإقليمية الأصلية؟

و كانت أسئلة التي تتعلق بالإذاعة الاقليمية كمايلي:

–ما هي نسبة المبحوثين الذين يستمعون إلى الإذاعة الإقليمية في مقابل الذين لا يستمعون؟

–ما هي أهم البرامج التي يجب الاستماع إليها مستمعي الإذاعة الإقليمية؟

–ما هو الوقت المفضل لاستماع المبحوثين إلى الإذاعة الإقليمية؟ و ما مدى انتظام سماعهم لإذاعتهم؟

-ماذا يعجب المستمعين في الإذاعة الإقليمية ، و ماذا لا يعجبهم فيها؟

-هل تعبر الإذاعة الإقليمية عن رغبات الناس؟

-ما هي مقترحات المستمعين لتحسين إذاعتهم الإقليمية؟

- نتائج الدراسة:

فيما يتعلق بأهم نتائج الاستماع "لإذاعة القناة" الإقليمية (المحلية)، في مجتمع البحث، فكانت كمايلي:

– إن ثلاثة أرباع المبحوثين في مدينة الاسماعلية لا يستمعون على الإطلاق لإذاعتهم الإقليمية أي بمعدل (278) مبحوثا من مجموع مجتمع الدراسة الميدانية الذي يقدر بـــ(365) حالة أي نسبة 76.2 % و هذه النسبة تضم الذكور و الإناث في كل من الحضر و الريف معا، مع ملاحظة أن الحضر و الريف يقتسمان هذه النسبة تماما، حيث لكل منهما (139) حالة و بنسبة 38.1 %، ثم تأتي نسبة الذين يستمعون (بانتظام) أو (أحيانا) لهذه الإذاعة و لهم حوالي الربع، أي (87) مبحوثا و بنسبة 23.8 %، كما خلص الباحث إلى أن نسبة الذين يتعرضون بالاستماع إلى الإذاعة الإقليمية (المحلية)، تأتي في المرتبة الثالثة (الأخيرة) بنسبة 23.8 % و تقل عن وسيلتا التلفزيون و الصحافة المحلية بنسبتي 39.2 % و 29.1 % على التوالي.

– إن نسبة الذين يتعرضون للاستماع إلى إذاعات إقليمية أخرى داخل نطاق مدينة الاسماعلية بصفة (دائمة) و (أحيانا) و سواء في الحضر أو الريف، ذكورا أم إناثا، لا يتعدى تسعة عشرة حالة و بنسبة 5.2 % من مجتمع البحث كله (365) حالة و لا تقوم كل هذه الحالات بسماع إذاعتهم الإقليمية الأساسية و تتوزع على الوجه التالي: تسع حالات لكل من يستمعون (أحيانا) لإذاعتهم الإقليمية، أو (لا يستمعون) على الإطلاق لإذاعتهم الإقليمية، و بنسبة 47.40 % لكل منهما على حدة و تبقى حالة واحدة و بنسبة 5.2 % مواظبة على الاستماع لإذاعتها المحلية (بانتظام) و يرجع السبب الرئيسي حسب الباحث في أن المبحوثين هنا يسمعون إذاعات إقليمية أخرى و خاصة القاهرة الكبرى و لا يستمعون إلى إذاعتهم الإقليمية "القناة".

6-3-الدراسة الثالثة :الإذاعات الإقليمية

-بيانات بيبليوغرافية:

– المؤلف: نوال محمد عمر.

– طبيعة الدراسة: نظرية تطبيقية مقارنة.

– عدد الصفحات:283 صفحة

– المجال الجغرافي للدراسة: مدينة " طنطا " و " شبين الكوم " **(جمهورية مصر العربية)**

– المجال الزمني: 2004.

- أهداف الدراسة:

كان هدف الدراسة حسب الباحثة متمثلا في:

- الاستفادة المباشرة بالعلم في خدمة المجتمع عن طريق الوصول إلى حلول المشكلات التي تواجه الأفراد و الجماعات.

- البحث في موضوع الإذاعة المحلية و مقارنتها مع هيئة الإذاعة البريطانية و إذاعة وسط الدلتا.

- التعرف على الدور الذي تقوم به الإذاعة الصوتية في الوقت التي تظهر فيه التحديات خطيرة في مسائل الإعلام.

- التعرف على البرامج الإذاعية من خلال الإذاعة المحلية حتى يمكن أن تحقق الخدمة الإذاعية في مجتمع نام، ومقارنتها بهيئة الإذاعة البريطانية.

- التعرف على الدور الذي تؤديه الإذاعة المحلية نحو حل مشاكل المواطن المستهدف من خلال البرامج المقدمة.

- الكشف عن الدور الإذاعة المحلية في تغيير العادات البالية إلى سلوكيات أفضل تلاءم ظروف الحياة العصرية.

-تحديد مدى الحاجة إلى الإذاعة المحلية و توقعات الاستجابة لها و عوائدها.

- الإشكالية:

ترى الباحثة بأن دراستها عن الإذاعات المحلية (الإقليمية) تعطي اتساعا جغرافيا معينا يحدد مجال بثها مع غيرها من الإذاعات الإقليمية حيث تؤدي دورها في المجتمع المحلي عن طريق مساعدة الأفراد على التخلص من الأفكار و القيم و العادات البالية و استبدالها بالقيم و الأفكار و المفاهيم و العادات الجديدة المتطورة ، و تعد الإذاعة الصوتية كوسيلة إعلامية بما لها من خصائص و مميزات لديها من القدرة على تحقيق الاستهواء الجماهيري الواسع النطاق و هي من أكفـاء الوسائل الإعلامية على القيام بدور حيوي من خلال ما تقوم به و تقدمه من مواد و كذا مضامين مختلفة يمكنها التعبير عن قضايا و مشكلات المجتمع المحلي، فالإذاعة المحلية و حسب الباحثة تخدم أهدافها و تحقق التلاحم مع الجماهير و تتفهمهم و تتعرف على احتياجاتهم و تقف على رغباتهم لكي تخطط خدماتها في ضوء هذه الحقائق ، وحتى لا يشعر المجتمع المستهدف بأن هذه الإذاعة غريبة عنهم تتحدث بغير ما يثير اهتمامهم .

كما ناقشت إشكالية الدراسة موضوع الإذاعة المحلية و علاقتها بالظواهر و التغيرات و العوامل التي تتشابك و تتداخل لتؤثر بشكل مباشر في المجتمع المحلي ، و ما لها من دور وظيفي مرتبط بالبيئة المحلية ، حيث أنها تخدم جمهورا محليا و تلبي احتياجاته الخاصة و المتميزة التي لا تستطيع الإذاعة المركزية أن تلبيها.

- إطار الدراسة:

- المجال الجغرافي: اختارت الباحثة مجتمع البحث و هو "طنطا بمحافظة الغربية" و "شبين الكوم" بمحافظة المنوفية، و قد وقع اختيارها على هذه المجتمعات لأسباب عدة منها : وقوع إذاعة "دالتا" بمدينة طنطا،التباين المهني لمختلف سكان مدينة طنطا، وصول الإرسال جيدا إلى "شبين الكوم، ارتفاع المستوى الثقافي و التعليمي.

- المجال الزمني: لقد تمت الدراسة سنة 2004.

- طريقة الدراسة:

- منهج الدراسة: اتبعت الباحثة المنهج التاريخي للوقوف على تاريخ نشأة الإذاعة و تطورها و الأحداث التي أثرت فيها، ثم الإذاعة البريطانية المحلية حيث تعرضت الباحثة إلى مختلف برامجها، كما حاولت أن تصل إلى تعريف للإذاعة المحلية بتناولها تطور الإعلام الإقليمي و دلالاته مركزة على مفهوم الإذاعة الإقليمية بوجه عام و الإذاعة الإقليمية في مصر كدولة نامية. و تطرقت الباحثة إلى إذاعة وسط الدلتا التي كانت محل تطبيق.

أما لأغراض الدراسة الميدانية فقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي بمتطلباته العلمية المتفق عليها مع استخدام الأسلوب الإحصائي في جميع المراحل البحثية للتوصل إلى المؤشرات اللازمة لتستدل بها موضوعيا مع تطبيق قواعد الإحصاء التحليلي في اختيار دلالات النتائج و تحقيق معنوية الفروق بما يخدم أهداف الدراسة.

- عينة الدراسة: قامت الباحثة باختيار عينة بحث بحجم (250) حالة للمحافظة الغربية و (150) حالة لمحافظة المنوفية، أي أن الحجم الكلي للعينة (400) حالة، و قد سحبت العينة بالطريقة العشوائية المنتظمة من قطاعين بالمحافظتين المذكورتين، و هما مدية "طنطا" و مدينة "شبين الكوم"، و سحبت الباحثة العينة من إطار واحد شمل كل اسر المدينة.

- أدوات الدراسة: استخدمت الباحثة استمارة لجمع البيانات تحتوي على مجموعة من الأسئلة يطلب من الفرد الإجابة عليها، وقد صممت بحيث شملت الجوانب المراد دراستها، كما استخدمت الباحثة طريقة المقابلة الشخصية التي ارتأت أنها أنجع في المجتمعات التي يوجد بها نسب كبيرة من الأميين، و كانت المقابلة بؤرية(معمقة).

- تساؤلات الدراسة:

- إذا كانت الإذاعات المحلية قد انتشرت في جمهورية مصر العربية، فما هو حدودها ؟ و كيف نلمسه و نقسمه بالأسلوب العلمي ؟
- ما هو تأثرها بالمجتع ؟ هل تسهم في تنمية المجتمع المحلي ؟ إذا كان لا فلماذا ؟ و ما هي المعلومات و المشكلات التي تمنع حدوثها ؟
- هل يستطيع أهالي المدينة الاستماع إليها بصفة دائمة ؟

– هل التلفزيون يؤثر على درجة الاستماع إليها ؟ هل الإرسال واضح ؟ ما هو وقت ضعف الإرسال ؟

–**نتائج الدراسة:** توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نصيغها كمايلي:

– كلما ارتفعت درجة تعليم المبحوث انخفضت نسبة من يستمعون إلى الإذاعة بانتظام في مدينة طنطا.

– نسبة الجامعيين في مدينة "شبين الكرم" الذين يستمعون إلى الإذاعة وسط الدلتا يمثلون 26.6 % مقابل 45.7 % لمن هم اقل من المتوسط في درجة التعليم.

– للسن تأثير كبير على درجة الاستماع، كلما كان السن صغيرا قلت درجة الاستماع و العكس صحيح.

– نسبة من لا يستمعون للإذاعة في مدينة طنطا لعدم وضوح الإرسال يمثلون 20 % مقابل 25 % في مدين شبين الكرم.

– تحتل برامج المنوعات المرتبة الأولى لدى المستمعين.

– تحتل برامج الخدمات المرتبة الثالة لدى مستمعي إذاعة وسط دالتا.

– يحتل برنامج "مشكلتك لها حل" المرتبة الثانية عند جميع الفئات.

– تحتل البرامج الإخبارية المرتبة الرابعة لدى مستمعي إذاعة وسط دالتا و نسبة الذكور اكبر من نسبة الإناث لسماع الأخبار.

– يحس مستمعوا الأخبار المحلية من إذاعة وسط الدلتا بالصدق و الموضوعية فيما تقدمه.

– يزيد الاستماع إلى البرامج الدينية بين الأميين و الذين تبلغ أعمارهم فوق الثلاثين.

– برامج الأسرة تحتل مركزا متأخرا بين البرامج الأخرى و يرجع ذلك إلى سلبية المعالجة و قلة مساحتها الزمنية.

– المتزوجون يفضلون البرامج الأسرية.

– ارتفاع المستوى التعليم يؤدي إلى الدقة في تحديد نسبة التفضيل للبرامج الأسرية مقارنة إلى الأميين.

– برامج الأطفال تحتل مراكز متقدمة و لكن يعيبها من وجهة نظر المبحوثين (حسب الباحثة) أنها تستخف بعقول الصغار حيث تنقصها الواقعية و الأسس الفنية.

– كلما ازدادت نسبة الأمية ازداد عدد المستمعين للبرامج الزراعية.

– احتلت البرامج الثقافية المرتبة الأخيرة و قد دعت الباحثة إلى تسليط الضوء على هذه النتيجة.

وقد خلصت الباحثة في الأخير إلى صياغة ثمانية وعشرون (28) توصية.

الفصـــــل الثانـــــي

المداخل النظرية لفهم الظاهرة الاتصالية

1 - نمـــاذج الاتصـــــال.

2- نظريـات الاتصـــــال.

تمهيد:

إن دراسة أي وسيلة اتصال جماهيري لا يعد ممكنا ما لم يكن الباحث قد استنار و استزاد بمختلف التراث النظري الأكاديمي في هذا المجال ، إذ تعتبر الخلفية النظرية لأي موضوع أمر أساسي ومفصلي ، خاصة إذا علمنا أن الظاهرة الاتصالية محل الدراسة تعتبر قديمة قدم العصور و كانت محل اهتمام مختلف المنظرين و الباحثين على اختلاف مشاربهم و تعدد ايديولوجياتهم . إذ ذهبت كل مدرسة إلى تصور ظاهرة الاتصال و كيفية تجسيداها في الواقع انطلاقا من فرضياتها و مسلماتها الخاصة بها ، وانقسم الباحثون داخل التيار الواحد من اجل فهمها و دراسة تجلياتها ، و في هذا الصدد تشعبت النظريات و تعددت النماذج التي تعتبر جهازا فكريا و مفاهيماتيا يزود الباحثين بمختلف المسلمات و الفرضيات ، لقد أصبح الدارس في الكثير من الأحيان يتيه في رصد معظمها و يعجز على عد النماذج بغية تقديم إحاطة فكرية تمكن الباحثين من تكوين خلفية علمية حول الموضوع ، إلا أن هذا لا يعتبر ذريعة لتجاوز دراستها و تفحص محتواها . من هذا المنطلق أولينا عناية خاصة لهذا الفصل على اعتباره يشكل الدعامة النظرية لموضوع دراستنا.

1-2- نموذج بث الإشارات لــ "شانون" و "ويفر"1948:

يعتبر النموذج حسب "باركلوند" هو عبارة عن آلة فكرية يزودنا بإطار الافتراضات و يشخص المتغيرات الأساسية، و يقترح بعض الروابط الموجودة في الظواهر المدروسة، ويحدد نوع المعطيات و طريقة تفسيرها، و تعتمد كفاءة كل نموذج على درجة قيامه بتنشيط البحوث و تعميم النتائج في نظام مفهوم.[1] ، أما "فوكونير" فيقسمها إلى :

- النماذج الهيكلية: التي تشير إلى عناصر العملية الاتصالية
- النماذج الدينامية: التي تظهر سير العمل.
- النماذج الوظيفية: التي توضح العلاقة بين العناصر.
- النماذج الميدانية: التي تسمح بالتنبؤ أو بتخطيط سير العمل.

و يعبر (ديوتش) عن المهام التي يقوم بها النموذج عند دراسة الاتصال على النحو التالي[2] :

- يساعد النموذج في تنظيم و ربط أطراف عملية الاتصال بعضها ببعض مما يساعد على تقديم كلية لم يكن من المكن إدراكها بدون هذا الترتيب و الربط.
- يساعد النموذج في توجيه الدارس إلى العناصر الرئيسية في عملية الاتصال التي ينبغي التركيز و فهم تأثيراتها من اجل السيطرة على مخرجات العملية (إفرازاتها).
- مساعدة الدارس على التنبؤ بنتائج عملية الاتصال و بلورة الافتراضات المحتملة و يمكن وصف نماذج الاتصال الأكثر أهمية و شيوعا[3] من قبل علماء الاجتماع الاتصال و علماء الاتصال كما يلي.[4]

كان الاهتمام الرئيسي (لشانون وويفر) يهدف إلي تكوين نموذج عمومي بحيث يمكن أن يصبح أساسا للنظرية الكمية للمعلومات و التي تنطبق على جميع أشكال تبادل المعلومات و حصل "شانون" على ذلك بالتخلي عن جميع المتغيرات اللغوية و النفسية و الاجتماعية.و الإنسان في هذا النموذج هو عبارة عن مستلم سلبي " غير نشط " للمعلومات و يبين "شانون" سير المعلومات من المصدر إلى جهاز الإرسال، و قبل أن تصل إلى جهاز الاستقبال فان هذه المعلومات قد تعترضها ظروف أو عوامل خارجية يطلق عليها مصدر التشويش و هي غير موجودة في أصل الرسالة و هذا ما يجعل الرسالة غير مفهومة و يمكن شرح هذا النموذج كما يلي وفق الشكل الآتي:[5]

---

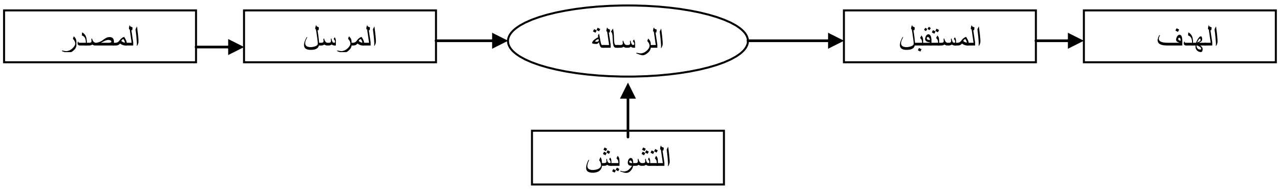
(1) فلاح كاضم المحنة، علم الاتصال بالجماهير: الأفكار، النظريات، الأنماط، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2001، ص. 315.

(2) هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية و التطبيق، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2003، ص. 71، 72.

(3) فلاح كاظم المحنة،مرجع سابق ، ص. 315

(4) يحصر العلماء نماذج الاتصال ما بين 50 و 80 نموذجا.

(5)فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص،ص. 223، 225.



مصدر الضوضاء

الشكل رقم (1) يوضح نموذج بث الإشارات

نستطيع أن نستخرج من نموذج "شانون" و "ويفر" مايلي:

-مصدر المعلومات: و يقصد به اختيار الرسالة سواء كانت خبر مكتوب أو مذاع أو مصور أي كل ما يدخل تحت مادة البث.

- المرسل: هو جهاز إرسال وظيفته تحويل الرسالة إلى إشارة تبثها وسيلة الاتصال.

- التشويش: أي تحريف الرسائل.

- المستقبل: مهمته تحويل الإشارة (الرمز) إلى رسالة ثم إيصال الرسالة إلى الهدف.

- الهدف: و هو الوجهة المستهدفة من طرف الرسالة.

كذلك هذا النموذج يدخل تحت ما يسمى بــ (نموذج النظرية الرياضية). و يعتبر "روبرت فينر" احد المنظرين للإعلام المعاصر الذي اقترح أهمية وجود علم عام لوسائل الاتصال و الذي يمكن تطبيقه على كل من الإنسان أو الوسائل الحديثة للاتصال و الإعلام (الآلة) التي يمكن أن تستخدم العناصر الأساسية للضبط أو السيطرة أو ما يطلق عليه نظام السبرنطيقا و الذي يؤكد على أهمية استخدام النظرية الرياضية و النظم القياسية الدقيقة لدراسة عملية الاتصال، و معرفة نظام التغذية المرتدة، و التي تعتمد على مجموعة من الإجراءات القياسية و الحسابية المحددة، و ذلك من اجل السيطرة على عملية الاتصال و وسائلها و تكييفها مع التغيرات البيئية و الاجتماعية و الثقافية[1]

الشيء المهم في نموذج "شانون" و "ويفر" هو المنهج الذي سارا عليه الباحثان والذي يمكن تطبيقه في عملية الاتصال بالجمهور ، هذا المنهج يتلخص في ثلاثة نقاط رئيسية:

- تجزئة عملية الاتصال
- التشويش الموجود في عملية الاتصال
- التكرار وسيلة للتغلب على التشويش

[1] عبد الله محمد عبد الرحمن،سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام: النشأة التطورية الحديثة و الدراسات الميدانية،دار المعرفة الجامعية،القاهرة،2002،ص.77.

و يؤخذ على هذا النموذج أنه:

-يقدم عملية الاتصال بوصفها عملية خطية تسير من المصدر إلى المتلقي و يتجاهل التغذية المرتدة التي تميز عملية الاتصال بوصفها عملية تفاعلية.

- يصف عملية الاتصال كما لو كانت منعزلة على السياق الاجتماعي و الثقافي الذي تعمل فيه مما اضعف من كفاءة النموذج و قدرته على فهم و تحليل عملية الاتصال.

- لا يوضح العوامل الفعالة في تحديد حرية الاختيار لدى المصدر أو عدم اليقين لدى المتلقي لكي يتوازن الموقف الاتصالي.[1]

-يضفي الطابع الرياضي على عملية الاتصال ما يجعلها تحمل طابعا نسبيا، فعلم السبرنطيقا و نظرية المعلومات مازالا يتلمسان الطريق المؤدية إلى دراسة الظواهر المرتبطة بالتواصل اللغوي.[2]

1-3- نموذج الفعل الإقناعي لــ "هارولد لاسويل" 1948:

يعد نموذج العالم السياسي "هارولد لاسويل" لعملية الاتصال الذي ظهرت عام 1948، من أشهر النماذج فقد لعب نموذجه دورا مهما و ناجحا في البحث و التحليل في وسائل الإعلام الأمريكية في الخمسينات و فيه اقترح "لاسويل" طريقة مناسبة لوصف عملية الاتصال يوضحها في صورة أسئلة يتم التعرف عليها عن طريق الإجابة عليها:[3]

- من يتكلم؟
- يقول ماذا؟
- لمن؟
- بأي وسيلة؟
- بأي تأثير؟

وفقا إلى " لاسويل" فان دراسة الاتصال دراسة علمية تحاول أن تركز إجابتها على سؤال واحد أو أكثر من تلك الأسئلة الخمسة. فعالم الاتصال الذي يدرس " من " **(أي المرسل)** فهو يدرس في الواقع الأنواع المختلفة من القائمين على الاتصال، تدريبهم، خصائصهم الفردية و الاجتماعية، كيفية بدء الاتصال، ما هي العوامل التي تتحكم في عملية الاتصال؟ و يطلق على هذا النوع من الدراسات : تحليل أساليب السيطرة.

أما السؤال الثاني "يقول ماذا" فيركز على الرسالة نفسها و تدخل تحت هذا الباب دراسات تحليل المضمون.

(1) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص. 76.
(2) فلاح كاضم المحنة، مرجع سابق ، ص. 327.
(3) نبيل عارف الجردي،مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الإمارات، العين 1985، ص. 43.

و هناك دراسات تتناول وسائل الاتصال أي السؤال الثالث عند "لاسويل" و يدخل تحت هذا الباب التغطية بواسطة الراديو و التلفزيون و الصحف و يتم التركيز هنا على فاعلية كل وسيلة و مدى العلاقة بين هذه الرسائل و الجمهور.

و السؤال الرابع يركز على "لمن" أي لمن توجه وسائل الإعلام، أي الجمهور فما طبيعته و نوعه.

و السؤال الخامس يتركز على قياس تأثير وسائل الاتصال على الجمهور.

و تكمن نقاط ضعف هذا النموذج في:

- إعتبار أن الرسالة تسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل و لذلك اعتبر المستقبل سلبيا.

- إغفال حقيقة هامة مفادها أن الاتصال يتوقف على ظروف متشابكة.

- التغاضي على أن الإنسان واع و مدرك له شخصية و له اتجاهات سابقة و جماعات ينتمي إليها و له قادة رأي يركن إليهم أحيانا فالكثير من قبول الرسالة يتوقف على المستقبل و على ظروفه و على المجتمع الذي ينتمي إليه[1]

-نظرة " لاسويل " إلى جميع عمليات الاتصال على أنها تسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل دون اعتبار للعناصر الوسيطة و ايجابية المستقبل المتوقفة على الأبعاد النفسية والاجتماعية.

-عدم اشارة " لاسويل " إلى قضية رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل.

-أن" لاسويل " لم يذكر موضوع الخبرة المشتركة بين المرسل و المستقبل (الإطار الدلالي)

و يشير كل من " كولمان " و " مارش " إلى نقطة على درجة عالية من الأهمية و هي وحدة العملية الاتصالية ، فالمرسل و المضمون والوسيلة و المستقبل و الاستجابة هي جميعا حلقات متصلة في سلسلة واحدة ، وتنهار عملية الاتصال كلها إذا اعترت هذه السلسلة نقطة ضعف معينة في أي حلقة من حلقاتها الخمس.[2]

1-4- نموذج الخبرة المشتركة " ولبر شرام" 1954:

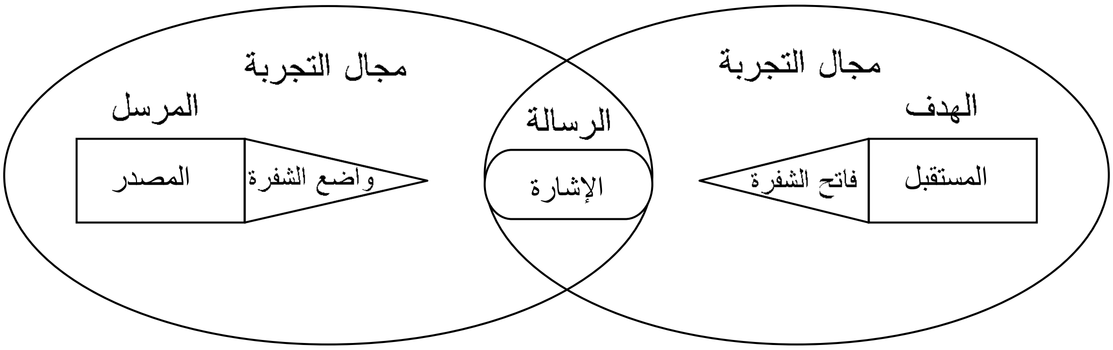
حاول "ولبر شرام" أن يطور إطارا نظريا يصف في ضوءه عملية الاتصال و يحللها موجها بالمعنى المتضمن في كلمة (communication) و الذي يعني اشتراكا في موضوع معين أو خبرة معينة، أو فكرة أو اتجاها و هو بذلك يستهدف في تحليل فكرته التي مؤداها ، أن أساس الاتصال هو خلق نوع من الاتحاد بين المرسل والمستقبل حول رسالة معينة، فاخذ يطور من أفكار " لاسويل" كما استغل نظرية المعلومات المستخدمة في الهندسة الكهربائية التي قدمها " شانون و ويفر" و أضاف نموذج " شرام" الى تلك العناصر فكرة الخبرة المشتركة التي بدونها لا يتم الاتصال [3]و قدم "ولبر شرام" عناصر الاتصال على النحو الآتي:

- المصدر (صاحب الفكرة): يكون شخصا أو مؤسسة اتصالية.

(1) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص. 331.
(2) محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006، ص.76.
(3) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص.87.

- الرسالة: قد تكون في صورة كلمات مكتوبة أو موجات صوتية عبر الأثير أو إشارة يمكن تفسيرها و إعطاؤها معنى محدد.
- الوجهة: و هي الجمهور كمستمعي الراديو و مشاهدي التلفزة.[1]

و قد طور "شرام" نموذجه على صورة رسم بياني يستعرض عمل نظام الاتصال الجماهيري.[2]



شكل رقم (2) يوضح نموذج الخبرة المشتركة (وحدة التجارب)

إن العنصر الهام في نسق الاتصال يتمثل في التوافق و التناغم بين المرسل و المستقبل إذ انه بدون هذا التناغم تنعدم إمكانية الاتصال، هذا العنصر واضح في جهاز الإرسال الإذاعي و جهاز الاستقبال و لكن المسالة تصبح أكثر تعقيدا حينما نتحدث عن المستقبل الإنساني الذي يجب أن يفهم المرسل الإنساني.[3]
حيث لا يكفي التناغم و التوافق بين المرسل و المستقبل بل ينبغي أن تكون الخبرات مشتركة أيضا فالاستماع مثلا إلى محاضرة باللغة العربية عن نظرية "انشتين" (النسبية) لن تسعفك معرفتك للغة العربية لفهم مضمون النظرية ما لم تكن لديك دراسة بعلم الطبيعة و الرياضيات، حتى تتمكن من متابعة المحاضرة و هذا ما يعبر عنه بالإطار الدلالي بين المرسل و المستقبل.[4]
ويتوقف نجاح الاتصال على مدى كفاءة عناصره المختلفة ، سواء المرسل أو موضوع الرسالة أو الوسيلة التي ينبغي أن تكون لها القوة و المرونة بحيث تصل الإشارة الى المستقبل الذي ينبغي أن تكون له القدرة الكافية على فك الرموز المطلوبة من اجل إتمام الدورة الاتصالية.[5]

(1) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص.79.
(2) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.339.
(3) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص.18.
(4) محمد سلامة محمد غبار، السيد عبد الحميد عطية، الاتصال و وسائله بين النظرية و التطبيق، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1991، ص.83.
(5) محمد سيد فهمي، مرجع السابق، ص. 78.

و يعتري هذا النموذج سلبيات يمكن تشخيصها في:

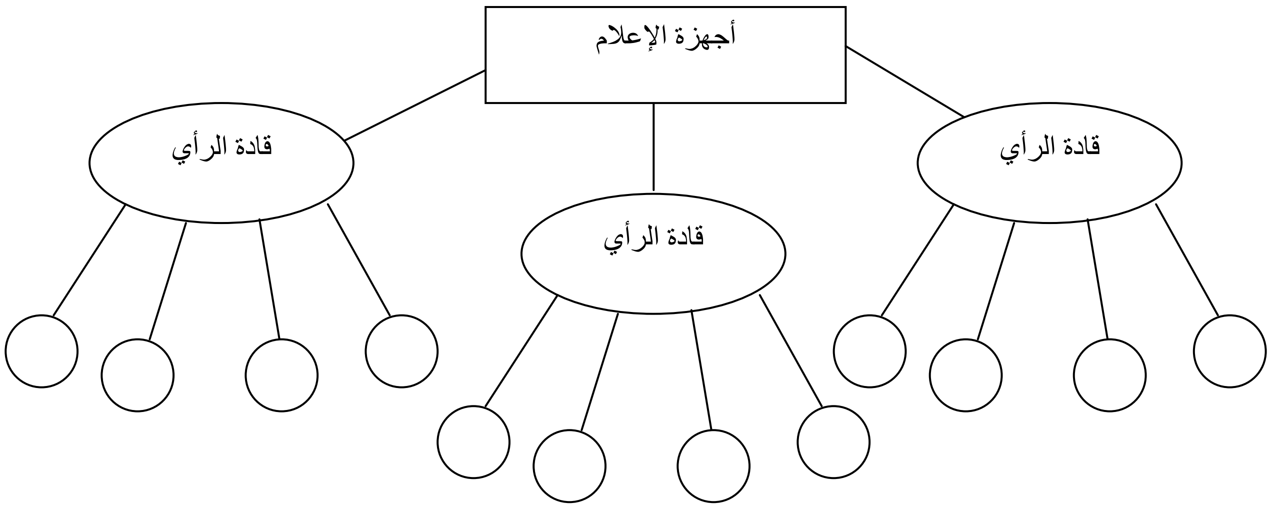
- أن النظام الذي وضعه "شرام" معرض للتعطيل أو التشويش إذا تعطلت حلقة من حلقاته تحريف في النقل، نقص المعلومات عند المصدر، عدم نقل الرموزو الاشارات بفاعلية[1]

- طاقة الوسيلة أو قدرتها و ما مدى قدرتها على صياغة أفكارنا في الشكل رموز أو إشارات.

1-5- نموذج الخطوتين او سير المعلومات على درجتين لــ" كاتز و لازارسفيلد" 1955:

يعرف بنظرية الاتصال على مرحلتين فــ "كاتز" و "لازارسفيلد" يريان أن الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام تصل إلى قادة الرأي وهم أشخاص أكثر اهتماما بالأمر المعني، و ذوي نفوذ يفوق نفوذ غيرهم في المجتمع، ليعمد قادة الرأي إلى إعادة نقل و تضخيم المعلومات التي تلقوها في إطار مجموعات صغيرة و من خلال الاتصال المباشر.[2]

و يوضح الشكل التالي نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين:[3]



شكل (3) يوضح نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين.

و قد عرض " مايكل بوهلر" نظرية "كاتز" و "لازارسفيلد" و حسب تصوراته كما هو موضح في الشكل رقم (4)[4]

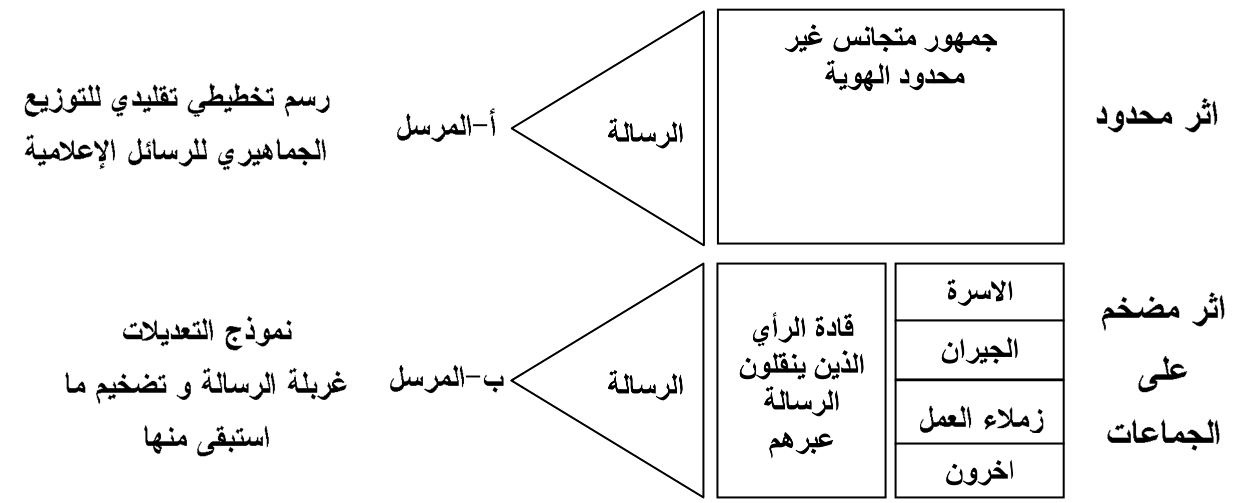
---

(1) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.83.

(2) شون ماكبرايد، أصوات متعددة و عالم واحد: الاتصال و المجتمع اليوم و غدا، اليونسكو، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر،1981، ص.579.

(3) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص.87.

(4) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص .346.



شكل رقم(4) يوضح نموذج "كاتز-لازارسفيلد" من وجهة نظر "مايكل بوهلر".

كما هو موضح من الشكل رقم (4) فان المعلومات تصل أولا إلى قادة الرأي من أجهزة الإعلام، ثم من خلال قادة الرأي إلى الجماهير التابعة عبر وسائل الاتصال الشخصي، في حين أن التصور السابق لعملية الاتصال الجماهيري، كان يشير إلى أن العمليات تصل من أجهزة الإعلام إلى الجماهير مباشرة دون وسيط كما هو الحال في النموذج الجديد و من هنا ظهرت بوادر النظرية الجديدة في الاتصال و هي نظرية "انسياب المواد الإعلامية و الدعائية على خطوتين" التي تؤمن بان الاتصال عملية أفقية راسية في وقت واحد، ما يعني ضرورة الاعتماد على القيادات البشرية و قادة الرأي و دعاة التغيير في المجتمعات إلى جانب وسائل الاتصال الجماهيري.[1]

إلا أن نموذج "كاتز و لازارسفيلد" يعتبر من النماذج المهمة التي تعتبر نقطة انطلاق أساسية لبحوث الاتصال و عملياته، وقد جاءت أفكار هذا النموذج لتبلور نتائج البحوث المبكرة التي سعت لبحث تأثيرات أجهزة الإعلام في الحملات الانتخابية و بالتحديد انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1940.[2]

الا ان هذا النموذج كان محل انتقاد في عدة نقاط نوجزها كمايلي:

- أن قادة الري لا يشكلون دائما جسرا يتسم بالبساطة بين وسائل الإعلام و عامة الجمهور، و ذلك سببه أن شبكات التأثير معقدة و متنوعة.[3] فنظام الاتصال الفعال يبني على تكريس المزيد من الاهتمام إلى الجماعات المتباينة التي يتكون منها جمهور المستقبلين.[4]

---

(1) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص،ص.85،88.
(2) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.343.
(3) شون ماكبرايد، مرجع سابق،ص.579.
(4) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص.88 .

1-6- نموذج " جورج كيربنر"1956:

محتوي هذا النموذج يعتمد على عشرة عناصر أساسية يمكن عرضها في شكل رسم بياني:

مؤسسة أو شخص ما ← يلاحظ ← و يتفاعل ← في وضعيته ← بواسطة وسائل معينة

← لأجل تزويد المعلومات ← بشكل معين ← و في مضمون معين ← ببث معين ← مع بعض العواقب

الشكل (5) نموذج " جورج كيربنر".

إن نموذج "كيربنر" يقوم بتجزئة عملية الاتصال إلى حلقات منفردة تتكون من سلسلة مترابطة، وكون الأفعال المنفردة تترابط مع بعضها في متواليات (سلاسل) و عليه فإن طابع هذا النموذج هو ديناميكي.[1] و يوصف هذا النموذج بالنموذج العام أو الشامل(Model Compréhensive) لمحاولة التركيز بصورة مميزة على جميع عناصر و مراحل و أنشطة الاتصال المختلفة سواء الاتصال اللفظي أو الشفهي، حتى عمليات الاتصال التي تتم بواسطة التنظيمات أو المؤسسات الإعلامية الكبرى.[2]

القوى	مصادر القوى	الوظائف المتميزة
داخل وسائل الإعلام		
1 العملاء	توافر لديهم الأموال اللازمة للاستثمار و تقديم الإعانات	يحددون شروط تخصيص الأموال لشتى المرافق و شروط منح الاعتمادات.
2) الرؤساء	السلطة	يصيغون البرامج و يشرفون على تنفيذها
3) الزملاء	التضامن	يقرون معايير، و يتولون أمر الدفاع عن النفس.
4) المنافسون	الندرة	يقرون معايير، و يلتمسون الهفوات
5) المعاونون	الخدمات	يتولون أمر الإمداد و التوزيع
خارج وسائل الإعلام		
6) السلطات	سن التشريعات و تطبيق القوانين	تدبير النظام الاجتماعي و تنظيمه بما في ذلك الاتصال
7) المنظمات	منافذ إلى السلطات و الجمهور للحصول على المساندة و الحماية	تسعى للاستحواذ على الاهتمام
8) الخبراء	معارف متخصصة	يقدمون مشاورات و مهارات و يقرون معايير
9) أفراد الجمهور	استقبال الوسائل	يؤكدون ضرورة وسائل إعلام لدى العملاء

(1) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.347.
(2) عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص. 92 .

و يؤخذ على هذا النموذج أنه:

– أهمل العوامل الاجتماعية[1]، و حاول أن يركز على الجانب الفني الأوتوماتيكي المعوق في العملية الاتصالية.[2]

– كان الهدف في العملية الاتصالية غير واضح في هذا النموذج.[3]

1-7- نموذج الاختيار لــ " ويسلي" و "ماكلين" 1957:

يقوم هذا النموذج بتطوير المتغيرات الواردة في نموذج (A-B-X) لمؤلفة "نيوكمب" سنة 1953 و الذي يفترض الوضع الذي يتصل فيه الشخص A بالشخص B في القضية X.[4]

اما "وسلي و ماكلين" فقد تساءلا هل يمكن أن يكون نموذج نيوكمب (A-B-X) صالحا لتحليل الاتصال الجماهيري؟

أي هل المرور من فعل اتصالي بسيط إلى عملية الاتصال الجماهيري يستلزم و يتضمن بالضرورة تهديم طبيعة هذا النظام؟ أي هل البنية (A-B-X) تبقى نفسها أم تتغير في الاتصال الجماهيري[5]

يقر "ويسلي و ماكلين" بوجود العديد من الأحداث (الرموز) X1-X2-X3…X أي عناصر الواقع الموجودة خارج عملية الاتصال، ولكنها توجد في نطاق ملاحظة المرسل A و احيانا في حقل B و الوسيط C، و هو العنصر الهام في نموذجهما و يمثل العنصر الرابع المفقود عند "نيوكمب" حيث يتم اختيار مواد البث من قبل المرسل A أولا و بعد ذلك (بعد التعديل) بواسطة C إلى المستقبل B، فالمستقبل يعتمد أحيانا على الوسيط، و أحيانا له مصادره الخاصة للمعلومات عن الواقع المعروض له بواسطة C و يقوم المستقبل B بشكل واعي بتزويد C بالمعلومات و يمكنه تفضيل ذلك من جعل أخباره أكثر ملائمة له.[6]

نشير إلى أن دور C يتمثل في:[7]

–انتقاء الأحداث بالنسبة للمستقبل.

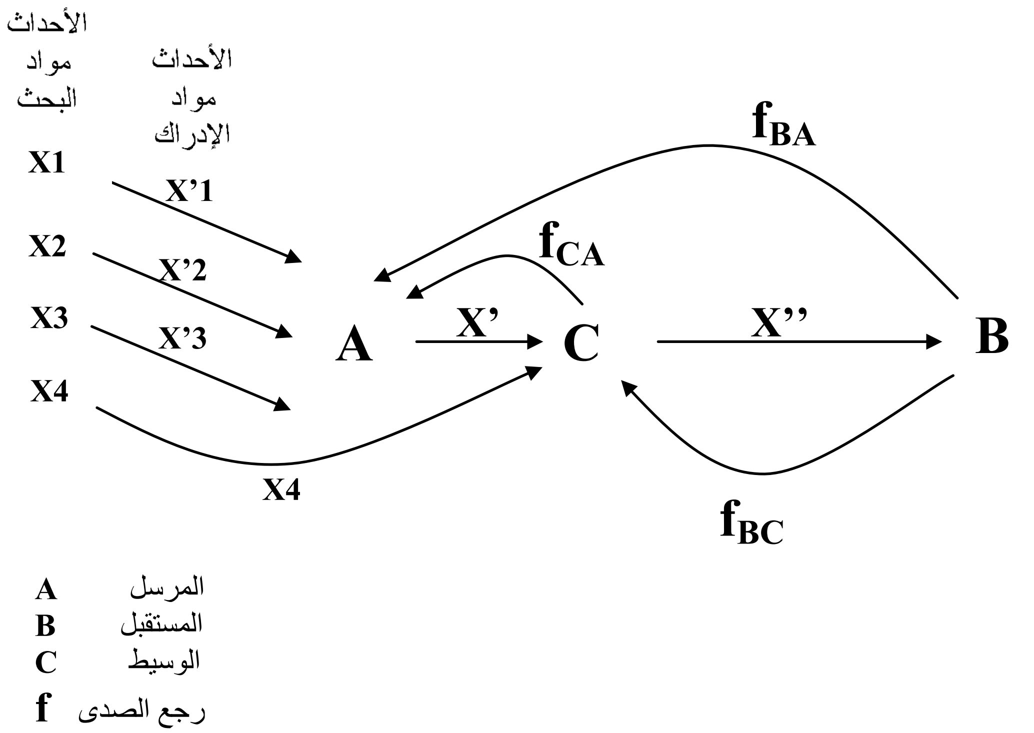
–يترجم الأحداث في شكل رمزي.

–ينقل هذه الرموز إلى B عن طريق قناة.

ويمكن تمثيل العنصر C بــ" المراقب" عند " كورت ليفن" أو "المشفر" المقترح من طرف "بوش".[8]

(1) فلاح كاضم المحنة، مرجع سابق، ص. 348 .
(2) عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق،ص.89.
(3) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق،ص.34.
(4) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.350.
(5) Francis Balle, Jean G. Padioleau, Sociologie De L'information : Textes Fondamentaux, Librairie Larousse, Canada, 1973, P.P44..
(6) فلاح كاضم المحنة، مرجع سابق،ص.350.
(7) Francis Balle, Jean G. Padioleau, Sociologie De L'information, OP.CIT .P47.
(8) Ibid.,P49.

إن هذا النموذج يطلق عليه نموذج النسق المفتوح، حيث ينظر إلى دراسة المؤسسات الإعلامية باعتبارها تنظيمات مفتوحة، كما أن طبيعة الأفراد الذين يعملون بها يلعبون ادوار وظيفية هامة عندما يتلقون المادة الإعلامية و نقلها إلى مختلف أرجاء العالم، زد على ذلك يركز هذا النموذج على دراسة الدور الوظيفي لوسيلة الاتصال و الإعلام سواء كانت صحيفة، أو محطة تلفزيونية أم إذاعية. إن هذا النموذج يركز على أهمية دراسة التنظيمات أو المؤسسات الكبرى لوسائل الاتصال و الإعلام و هذا لدورها الوظيفي في الوقت الحاضر، مع التركيز على دراسة البناءات و الوظائف و الأعضاء داخل هذه التنظيمات و اعتبارها انساق مفتوحة.[1]



شكل رقم (6) نموذج الاختيار لـــ " ويسلي" و "ماكلين".

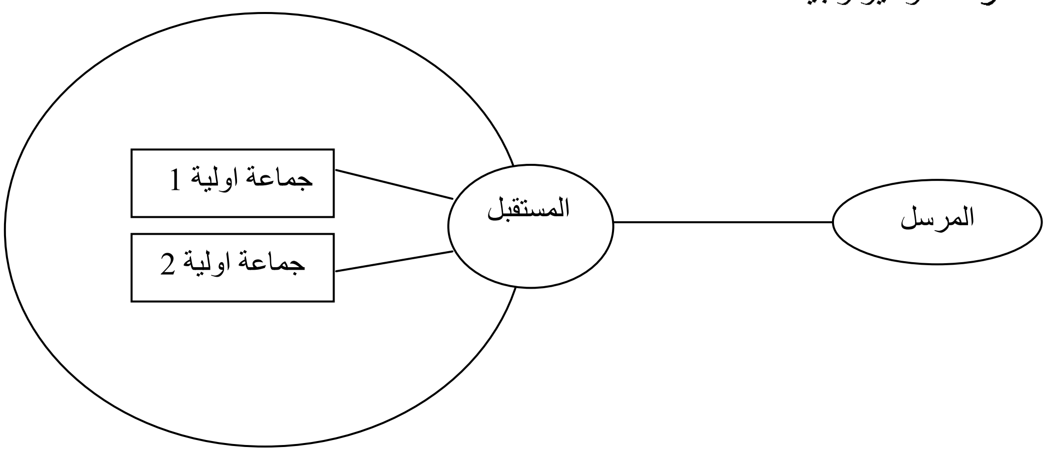
[1] عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص.ص.90،91

1-8- النموذج الاجتماعي للزوجين"ريلي" 1959:

انشأ الزوجين "ريلي" نموذجا تم فيه اخذ المتغيرات الاجتماعية الأساسية بعين الاعتبار، فقد بدا رأيهما الذي اخذ بالمنهج السوسيولوجي ،حيث أكدا على مختلف المؤثرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال، سواء المرسل أو المستقبل المنغمران في جماعات أولية مثل الأسرة و بيئة العمل و غيرهما. و تشكل هذه المجموعات بدورها جزءا لا يتجزأ من بنية اجتماعية أوسع، لذلك ففي هذا النظام الشامل تبدو عملية الاتصال الجماهيري كواحدة من مكونات عملية اجتماعية أوسع نطاقا تؤثر فيها و تتأثر بها بدورها.[1]

و أوضحت التجارب التي أجراها "مظفر الشريف" و "آرثر" احتمال وجود ارتباطات معينة بين الإدراك و علاقة المدرك بالبناء الاجتماعي، فإجماع الجماعة أو اتفاقها يمكن أن يقف كإطار مرجعي لأحكام الأفراد و إذا كانت قيم المستقبل تتشكل من خلال الجماعات الأولية التي ينتمي إليها فانه من الأفضل فهم استيعابه للرسالة و استجابته لها في حدود علاقته بهذه الجماعات الخاصة و قيمها.[2]

مع العلم أن الفرد لا ينتمي و لا يتمعلم إلى جماعة واحدة و لكن ينتمي إلى عدة جماعات و أن التوقعات لهذه الجماعات يمكن أن تقوا تبادليا إذا ما استعمل الفرد بالتوازي هذه المرجعيات (في حالة الاتفاق و التصالح بين قيم الجماعات نتوقع غياب الصراع) أما إذا كانت هذه القيم في حالة صراع فان الفرد حينئذ يصاب بصراع الأدوار أو ضغوط متعارضة.[3] و يوضح الشكل رقم (7) الفرق بين النظرة الكلاسيكية للاتصال و النظرة السوسيولوجية[4]



شكل رقم (7) يوضح ارتباط المستقبل بالجماعات الأولية.

بالتوازي مع الدراسات حول المستقبل و جماعته الأولية يوجد اتجاه جديد بدأ في استكشاف البناء الاجتماعي الأكثر شمولا للتنظيمات و المؤسسات الاجتماعية التي تحيط بالمستقبل. فإذا كان دور المستقبل

---

(1) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص. 353.

(2) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ النظرية، التطبيق،دار الفجر للنشر و التوزيع،الطبعة الاولى، القاهرة،2002، ص.146.

(3) Francis Balle, Jean G. Padioleau, Sociologie De L'information, OP.CIT .P89.

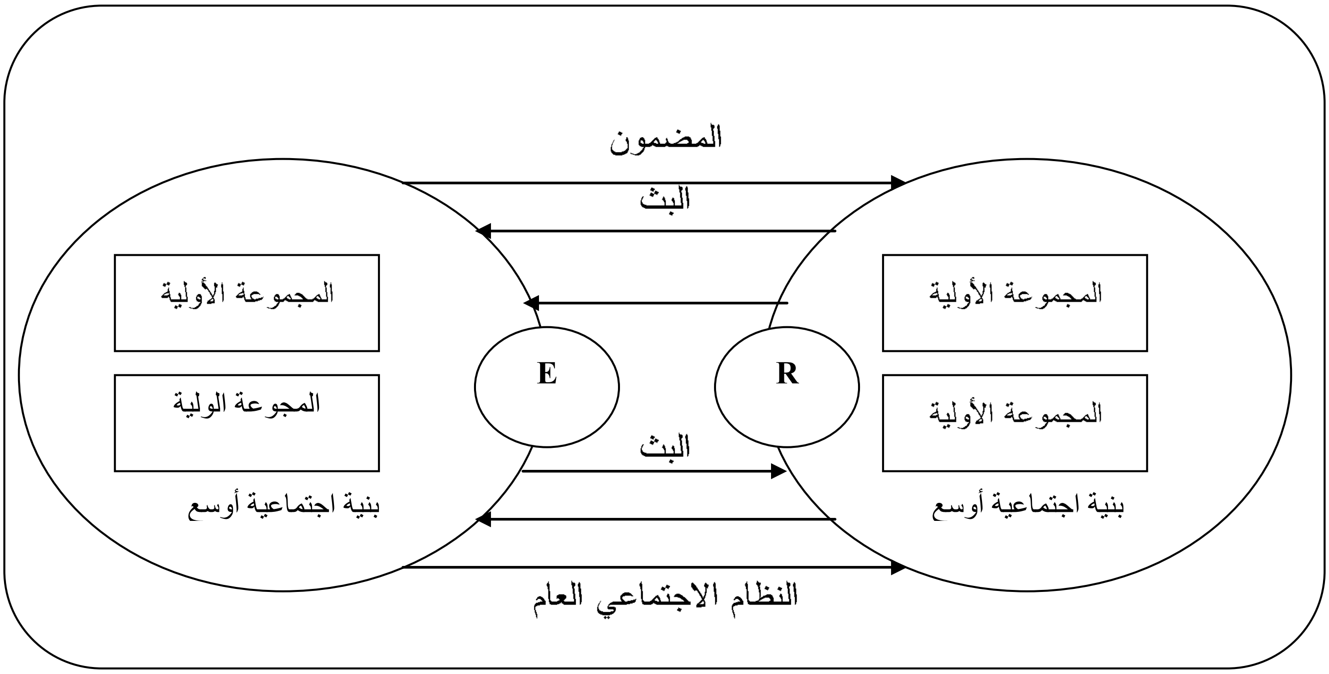
(4) Ibid.,P90.

يتأثر بقيم الجماعات المرجعية و أهدافها فكيف تقوم هذه الجماعات ذاتها بصياغة و استخراج قيمها؟ و كيف ترتبط و تتكامل هذه الجماعات الأولية داخل البناء الاجتماعي؟

من هنا اتجهت هذه الدراسات إلى التركيز على البناء الاجتماعي الأكبر بدلا عن التركيز على المستقبل و جماعته الأولية فهي تدرس أولا العلاقات المتبادلة بين الجماعات الأولية ثم تبحث ثانيا عن وضع المستقبل في ذلك الإطار الكلي [1]

إن هذا النموذج يوضح وضع المستقبل في إطار البناء الاجتماعي و جماعته الأولية[2] حيث يلعب رجل الاتصال أو المرسل دوره كجزء في البناء الاجتماعي الأكبر.

و يوضح الشكل رقم(8) هذه العملية[3]حيث يبين و ضع كل من المرسل و المستقبل في البناء الاجتماعي و العلاقات المتبادلة بين الجماعات الأولية [4]و يمكن أن نتصور عملية الاتصال حسب هذا النموذج كمايلي:



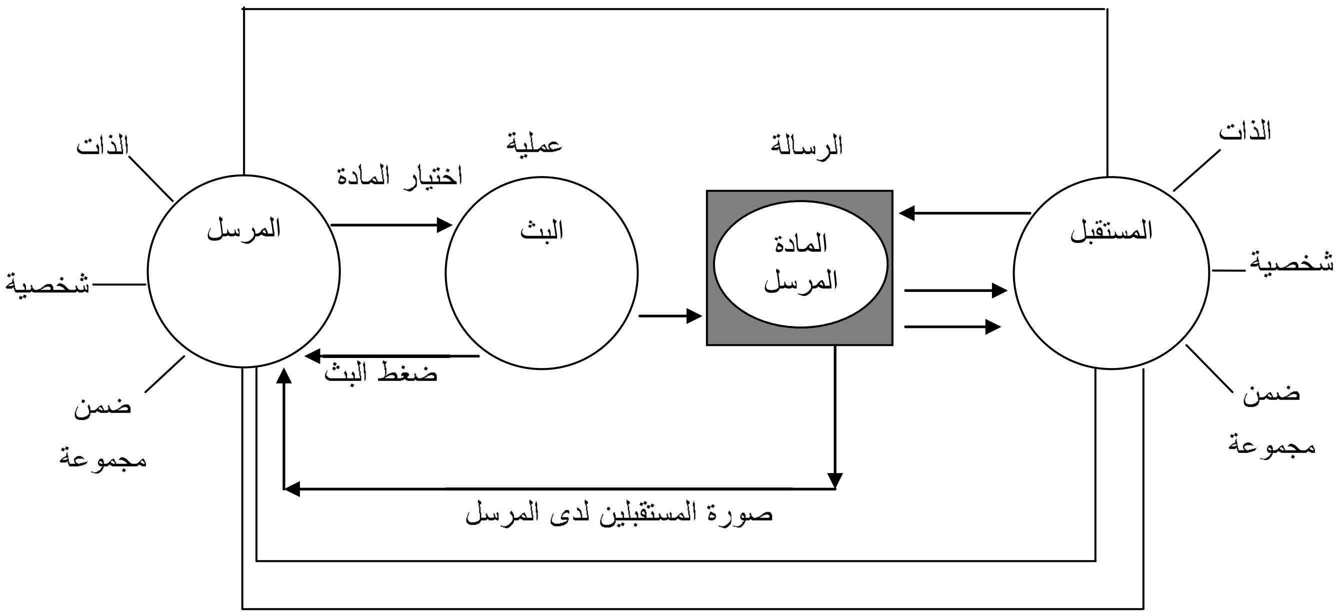
الشكل رقم(8) يوضح النموذج الاجتماعي للزوجين "ريلي".

(1) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص.147.
(2) Francis Balle, Jean G. Padioleau, Sociologie De L'information, OP.CIT .P.96.
(3) Ibid., P.96.
(4) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، مرجع سابق،ص.148.

إن نموذج التفسير السوسيولوجي يعتمد على استخدام التصورات السوسيولوجية في دراسة مكونات العملية الاتصالية و طبيعة مؤسساتها و منظماتها المختلفة،كما يحاول أيضا أن يتبنى المدخل التفسيري في تفسير و تحليل النتائج و الحقائق التي أجراها العديد من الباحثين على مختلف تخصصاتهم. و قد ركزا كل من الزوجين "ريلي" على معرفة العلاقة المتبادلة بين المؤسسات الإعلامية و الاتصالية ككل و البيئة الاجتماعية و الثقافية التي تتضمنها و ما يسمى بالنظام الاجتماعي العام و نوعية الجماعات التي ينتمي إليها و التي ترتبط و تتداخل بقوة في عملية الاختيار و الاستجابة للرسائل الإعلامية و الاتصالية، علاوة على ذلك ركز هذا النموذج على دراسة الاتصال و العلاقة المتبادلة بينهم و بين الجمهور، و ذلك في محاولة لتفسير حقيقة واقع هذه العلاقة، خاصة و أن أطرافها يكونون ما يعرف بالعلاقة التفاعلية و التي تتشكل بدورها حسب المعايير المشتركة، و الإطار النظامي الذي يحدد المجتمع و مستقبل الرسائل الإعلامية سواء من داخل المجتمع ذاته أو من العالم الخارجي.[1]

1-9- النموذج التحليلي لـــ(ماليتسكي Maletzke) 1963:

يعد هذا النموذج بمثابة نوع من التقييم لمستوى المعرفة المحرزة في ذلك الوقت حول ظروف عملية الاتصال الجماهيري، فإلى جانب العناصر التي ادخلها "ريلي" أضاف " ماليتسكي" المتغيرات النفسية كشخصية مركز الاتصال و المستقبل و المراقبة المتبادلة للمشتركين في العملية و الانتماء إلى مجموعات ضمن إطار المؤسسات المختلفة[2].



الشكل رقم (9) يوضح النموذج التحليلي لـــ:" ماليتسكي.

[1] عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص.ص. 94،95.
[2] فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.356.

إن "ماليتسكي" قدم منظورا يجمع بين الأبعاد الاجتماعية و النفسية، و علاقتها و تأثيراتها في نموذج خاص بالاتصال الجماهيري ينظر إليه كعملية اجتماعية نفسية معقدة يمكن شرحها من خلال العناصر المتعددة و ليس من خلال عنصر أو اثنين فقط، لقد بين "مالتيسكي" نموذجه انطلاقا من العناصر التقليدية للاتصال مع ملاحظة عناصر زائدة بين المرسل و الوسيلة و كذلك بين الوسيلة و المستقبل بالإضافة إلى العناصر المؤثرة في اتجاه المرسل نحو بناء الرسالة و في إدراك المستقبل لهذه الرسالة و هو يرى بان الوسائل المختلفة تتطلب طرقا مختلفة حتى تتكيف مع أي فئة من فئات جمهور المتلقين و كل وسيلة لها الإمكانيات و الحدود و الخصائص التي تؤثر في الطرق التي تقدم بها المحتوى الذي يتفق مع خبرات المتلقي أو المستقبل ، لقد قد أضاف "ماليتسكي " عنصرين في إطار علاقة الوسيلة بالمتلقي أو المستقبل و هما القيود و الضوابط أو حدود و إمكانيات الوسيلة (خصائصها في علاقتها بالمتلقي) و التي تشكل ضغطا على المتلقي في الاختيار و التعرض، و العنصر الثاني هو صورة الوسيلة لدى المستقبل.[1]

و تجدر الإشارة هنا أن هذا النموذج يعد أفضل من غيره من حيث إبراز تعدد الروابط المشتركة بين مركز الاتصال و المستقبل، و يؤكد هذا الاتجاه المزدوج للعلاقة بين وسيلة البث و المستقبل[2]. و بنفس الطريقة التي قدم بها "ماليتسكي" المستقبل و المتلقي و المتغيرات ذات العلاقة السلوكية و تلك التي تؤثر فيه فانه قدم عناصر تؤثر في علاقتها بالقائم بالاتصال، و في هذا المجال يرى "ماليتسكي" أن هناك متغيرين الأول هو اختيار المرسل للرسالة التي يريد إرسالها و الثاني هو طريقته في تقديم الرسالة أو تشكيلها و هذان المتغيران يعكسان السلوك الاتصالي للقائم بالاتصال و يعتمدان على بعض العوامل التي ذكرها في نموذجه و يمكن أن نجملها في:[3]

– خصائص الرسالة: فالقائم بالاتصال ملزم بالشكل الذي يتفق مع المحتوى.

– خصائص الوسيلة: فكل وسيلة تقدم للقائم بالاتصال إمكانيات خاصة.

– صورة القائم بالاتصال عن نفسه و دوره، أي إدراكه لهذا الدور، و هل يسمح له بتقديم القيم التي يؤمن بها بناء على الشخصية و مقومتها التي تؤثر في سلوكه.

– تأثير التنظيم، حجم المؤسسة، الأهداف، نظام الملكية و السياسات.

– ضغوط أو ضوابط محتوى الوسيلة، و المتمثلة في خصائص المحتوى الذي يشكل ضغطا نفسيا أو قانونيا على القائم بالاتصال.

– البيئة الاجتماعية للقائم بالاتصال و تأثيراتها على طريقته في اختيار و تقديم محتوى الوسيلة.

و في الأخير يتسم نموذج " مالتيسكي " بأنه قام بتوزيع حركة القوى المؤثرة على عملية الإعلام و الاتصال في مواقعها على كل عنصر على حدا أثناء حركة عملية الاتصال انطلاقا من القائم بالاتصال إلى جمهور المتلقين.[4]

---

[1] مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، الطبعة الاولى، بيروت،2006، ص.115.
[2]فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص. 357.
[3] مي العبد الله، مرجع سابق،ص،ص. 115،116.
[4] مي العبد الله، مرجع سابق،ص،ص. 117،118.

1-10-نموذج مارشال ماكلوهان 1964:

عارض" مارشال ماكلوهان" بقية علماء عصره في مجال الاتصال عندما قال: إن الوسيلة هي الرسالة.[1]
و هذا يشير بجدية إلى الدور الذي يمكن أن تقوم به الوسيلة بعلاقتها بالمستقبل.[2]
فالمهم عنده ليس مضمون الرسالة الإعلامية بل الكيفية التي تنقل بها ثقافة ما و تؤثر فيها و تحدث فيها تغيرات.[3] و كان يرى بأن المواصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة بإمكانها أن تدلنا على كيفية التفكير و كيفية تنظيم المعلومات، فالوسيلة ليست شيئا محايدا، إنها تؤثر تأثيرا متفاوتا لدى المعرضين لها بل حتى لدى مستعمليها و عليه هناك طريقتان للنظر إلى وسائل الاتصال: أولا من حيث أنها وسيلة لنشر المعلومات و التعليم و التنمية و الترقية و التوجيه و ثانيا من حيث أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي، ففي الحالة الأولى يركز الاهتمام على مضمونها و طريقة استخدامها و الهدف من هذا الاستخدام، أما في الحالة الثانية فيهتم بتأثيرها كوسيلة تقنية بصرف النظر عن مضمونها.[4] إن العامل الحاسم هو الرسالة التي تؤثر بها وسائل الإعلام على طرائق فهم و إدراك العالم و الواقع الذي يكتنفه.[5]
لقد ركز " مارشال ماكلوهان" في دراسته على النظام الاتصالي المتبنى من طرف كل مجتمع لأنه يرى بأن الخصائص الأساسية للوسيلة المسيطرة في هذا النظام تدل على كيفية التفكير و تنظيم المعلومات على مستوى المجتمع برمته.[6]

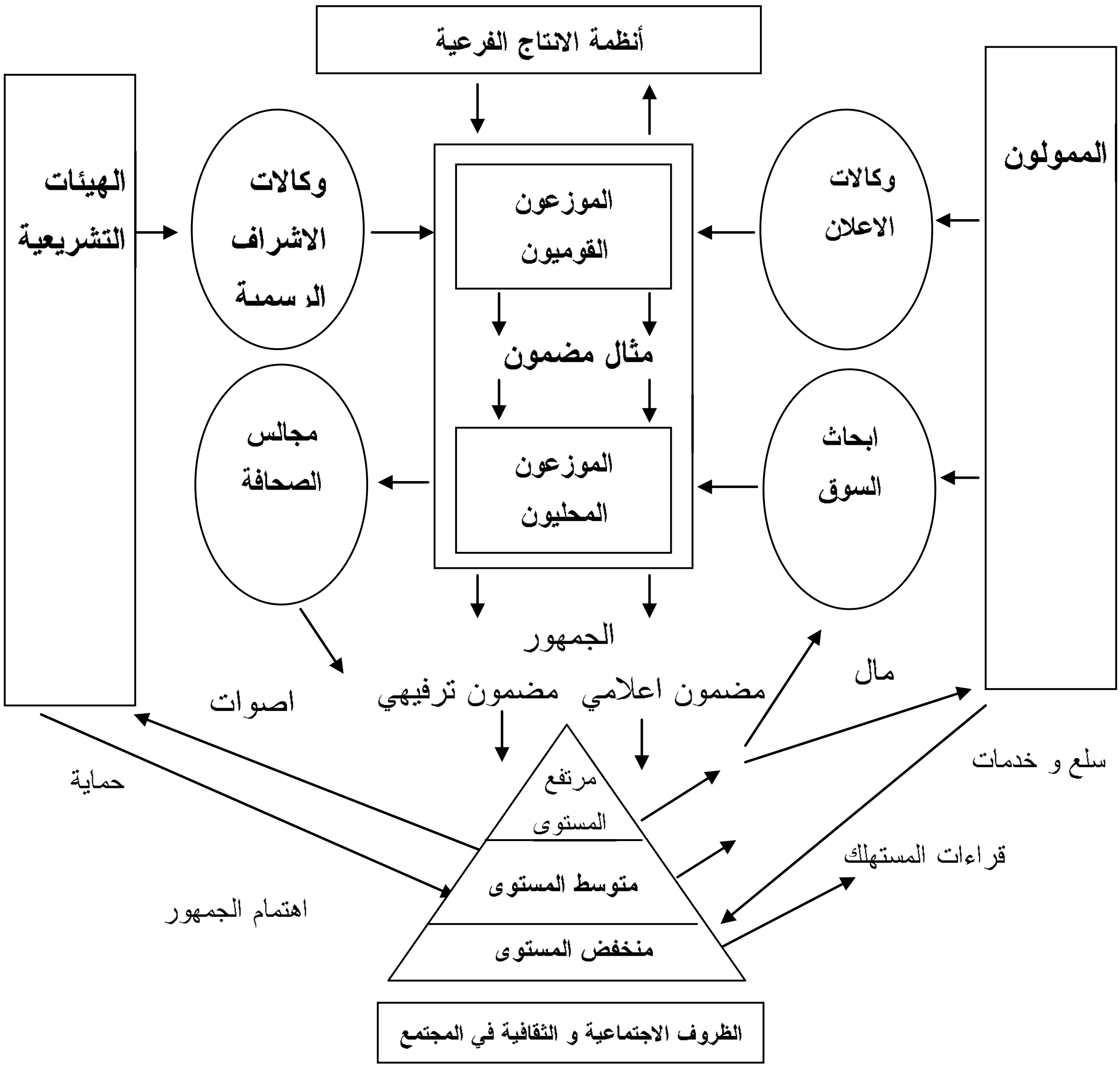
1-11- النموذج المنظومي لمؤلفه "ملفن دفلير"1966:

استهدف "دفلير" العرض النظري التعميمي للتبعيات المتشعبة لنظام الاتصال الجماهيري اتجاه عناصر النظام الاجتماعي للولايات المتحدة و ذلك في كتابه المعنون " نظريات الاتصال الجماهيري" الذي ظهر سنة 1966.[7]ومن بين الذين أسهموا في تطوير هذا النموذج نجد إلى جانب " دفلير" "لارسين" (Larsen) و "جالتنج" (Galting) و "ريج" (Rage)، لقد ركزوا على أهمية دراسة التنظيمات الكبرى لوسائل الاتصال و الإعلام و على الدور الهام الذي تقوم به هذه المؤسسات في نقل المعلومات.[8]
إن المنظمات المكرسة للبحث و قياس ما يفضله الجمهور توفر المعلومات للمسؤولين عن اختيار المضمون للجمهور، إذن هناك علاقة بين الجمهور و منظمات الأبحاث على رد فعل الجمهور و التي تدرس السوق، و غالبا ما يصحب المضمون الموزع الذي يبيع سلعة مباشرة إلى الممول الذي يسنده ماليا حيث يرى " دفلير" بان الجمهور يعطي صوته كناخب للهيئة التشريعية و كرأي عام، كما يوفر الموزعون المال للهيئات الصحفية التي تقوم بالإشراف و توفير الخدمات.

---

(1) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.357.
(2) مي العبد الله، مرجع سابق،ص، 115.
(3) فضيل دليو، وسائل الاتصال و تكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 2002، ص،ص. 23،37.
(4) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.357.
(5) شون ماكبرايد و اخرون ، مرجع سابق ، ص. 580.
(6) فضيل دليو ، مرجع سابق ، ص. 37.
(7) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.359.
(8) عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص.90.

إن مضمون وسائل الإعلام و الذي يثير غضب النقاد هو العنصر الأساسي الذي حافظ على استقرار ذلك النظام و حافظ على توازنه المالي لان المضمون المتسم بالعنف المتزايد الذي يتضمن أساليب إجرامية و أفكار تخرج عن الآداب يشكل أذواق الناس الذين يشكلون القطاع الأكبر من السوق، أي أن سائل الإعلام الجماهيرية تقدم مضمونا يستميل الجماهير، و أن الجماهير هي التي تطلب ذلك المضمون، لذلك تمتعت وسائل الإعلام الجماهيرية بالاستقرار بالرغم من النقد اللاذع من طرف قادة المجتمع و رجال السياسة و التعليم، و يرى "دفلير" انه لو تمت دراسة وسائل الإعلام كأنظمة اجتماعية تعمل في نطاق الظروف الاجتماعية و الثقافية التي تشكل المجتمع يصبح في الإمكان تفسير كيف تعمل مادة الإعلام على تحقيق استقرار النظام الاتصالي.[1]



الشكل (10) نموذج "ملفن دفلير"

[1] فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.360.

1-12- نموذج الدورة الاجتماعية الثقافية لـ (أبراهام مولز 1967):

يرى "أبراهام مولز" أن وسائل الاتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسميه (بالثقافيات) أو الفسيفساء الثقافية (Culturemes) هذه الفسيفساء الثقافية محركها الأساسي في وسائل الاتصال.[1] و يذكر "مولز" بأن الدورة الاجتماعية الأساسية لمواد البث تضم المنتجين الذين يعرضون أعمالهم على الوسط الصغير (الوسط الجزئي) و يقوم هذا الوسط باختيار بعض الأعمال الذي يجري بعدئذ تقديمها بواسطة الأجهزة الجماهيرية إلى الوسط الاجتماعي الكبير (الوسط الكلي)، و يقوم هذا الأخير بواسطة عملية الاختيار الخاصة به بالتأثير على المنتجين.[2] إن نقطة البداية مرتبطة بوجود مبدعين: العالم، الأديب و الفنان و هؤلاء هم الذين يخترعون و يصنعون أفكارا جديدة تنقل لاحقا لمختلف الجماعات، إن هذه الأفكار الجديدة المعبر عنها بالثقافيات تشمل قائمة لا متناهية بدءا من الأبسط و انتهاء بأعقد الأمور. و يمثل كل ذلك قاعدة الثقافة الجماهيرية.[3]

يعتقد "مولز" بوجود دورة اجتماعية ثقافية مزدوجة:

- دورة طويلة تنتقل من المبدعين إلى المجتمع عن طريق الأوساط المحلية و وسائل الإعلام.
- دورة قصيرة تنتقل من الأحداث إلى المجتمع عن طريق وسائل الإعلام وحدها.[4]

فحسب "مولز" لوسائل الاتصال دور كبير تلعبه في الثقافة الحديثة بل إنها تعتبر في الواقع الناقل الحقيقي للاتصال و الثقافة.[5]

و كامتداد لتصوراته طور "مولز" نموذجا آخر يعرف بنموذج "توسيع الخبرات" سنة1971، حيث قام بتطوير فكرة الخبرة المشتركة(وحدة التجارب) الواردة في نموذج "شرام" بعد سنوات عديدة من تصميمه، و بالارتباط بصورة جد واضحة إلى النموذج السبرنتيطيقي (المنظومي) لـــ "شانون" ، قام "مولز" بإدخال فكرة التعلم إلى تحليل عملية الاتصال و يتصف التعلم لدى المستقبل بصف سلبية و بفضل ذلك يصبح بالإمكان التوسع التدريجي لمجال الشفرة اللغوية، و في نفس الوقت توسيع إمكانيات الاتصال.[6]

1-13- النموذج المتموج لـــ" هيبرت" و "اونكورااينا" و "بوهن" (H .U.B) 1974:

أوضح "هيبرت" و زملاءه في نموذج (H.U.B) للإعلام، التأثيرات التي تقع أثناء الحركة العملية للإعلام و الاتصال و في مواقعها أيضا، و قد شبه محتوى الإعلام و الاتصال الذي يعده القائم بالاتصال، بالتموج

(1) دليو فضيل، مرجع سابق،ص. 24.
(2) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص. 364 .
(3) دليو فضيل، مرجع سابق،ص. 24.
(4) شون ماكبريد و آخرون،مرجع سابق،ص. 580.
(5) دليو فضيل، مرجع سابق،ص .24.
(6) فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.371.

الذي تحدث نتيجته قذف الحصاة في المياه، فيتسع هذا التموج قليلا، قليلا ثم يعود مرة أخرى إلى المركز.[1]إن الشكل المركزي لهذا النموذج يصور طريقة سير الاتصال الجماهيري من خلال العناصر المختلفة كما يشبهه إلى عملية انتشار الموجات الصوتية.[2] فالرسالة تبدأ بعملية الترميز، ثم تمر على حراس البوابة الذين يتخذون القرارات الخاصة بما هو مسموح بنشره أو إذاعته ، هذا الأخير يتأثر بالنظم و السياسات الداخلية، و حراس البوابة يعملون في وسائل الاتصال التي تتأثر بجل السياسات و النظم الخارجية التي تصدرها أو تمارسها أجهزة خارجية مثل اللجان الحكومية، المحاكم،المؤسسات المهنية، المستهلكون و جماعات الضغط و هي تمثل قوى خارجية تمارس وظائفها خارج المؤسسة الإعلامية من خلال القوانين و الضوابط و الضغوط غير الرسمية التي تؤثر في كل من المحتوى و بناء وسائل الإعلام، و يمثل هذه القوى المنظمون أو المشرعون و لديهم كل الصلاحيات في إلغاء أو سحب أو منع أو شطب المحتوى و يشير هذا النموذج أيضا إلى تأثير الأطر المرجعية التي تؤثر في تفسير الفرد لمحتوى الإعلام، و تنقسم إلى المرشحات المعرفية(تتعلق بتفسير الرموز و الفهم) و كذلك تأثير المرشحات العضوية (المتعلقة باستقبال المحتوى و إدراكه) ثم المرشحات النفسية (و تتعلق بتوافق الفرد مع الموضوع) و أخيرا المرشحات الثقافية (تؤثر في تشكيل الإطار الدلالي للمتلقي) ثم ينتهي المحتوى بعد ذلك عند المتلقين ليحدث تأثيره، و ترتد مرة أخرى الرسائل الخاصة و ترجع الصدى إلى القائم بالاتصال و يضع النموذج في اعتباره عمليات التشويش و ما يترتب عليه من تحريف الرسائل عند استقبالها، و كذلك عمليات التهويل أو المبالغة (Amplification) التي تقوم بها وسائل الإعلام للارتفاع بأهمية الموضوعات أو الأحداث و هذه الحالة يدخل فيها المحتوى دائرة التأثير المقصود[3]. إن العناصر الأساسية لنموذج (H.U.B) تتمثل في:[4]

- مركز الاتصال و هو في اغلب الأحيان مؤسسة.
- الشفرة التي تقوم وسائل الاتصال.
- حراس البوابة، ليسوا المراقبين فحسب، بل المحركين المنشطين و الناقلين للمعلومات المرسلة عبر وسائل الاتصال الجماهيرية.
- الوسائل الجماهيرية في حد ذاتها.
- المعدلات و التي تتمثل في الرقابة الاجتماعية بأوسع مفهوم، وكذلك الرقابة غير منظمة.
- المرشحات و هي ذات صيغة مادية و نفسية.
- الرواد أي المجموعات المتغيرة لمستقبلي مواد البث.

و في الأخير جاء نموذج(H.U.B) بمصطلح جديد و هو " التقوية عن طريق الرسائل".[5]

---

[1] مي العبد الله، مرجع سابق،ص.119.
[2] فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.375.
[3] مي العبد الله، مرجع سابق،ص. 120.
[4] فلاح كاظم المحنة، مرجع سابق، ص.375.
[5]نفس المرجع،ص.375.

2-1- النظرية البنائية الوظيفية:

تستمد هذه النظرية أصولها الفكرية العامة من أراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين و المعاصرين الذين ظهروا بالخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، و التي تركز بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات و معرفة دورها الوظيفي و توجهها من اجل الحفاظ على النظام العام و استمرارية تطوره و تحديثه في نفس الوقت، في إطار النزعة الشمولية المحافظة على النظام أو النسق الاجتماعي، جاءت تحليلات النظرية الوظيفية و التي أطلقت عليها مسميات عدة مثل نظريات "التحليل الوظيفي" أو "النظريات المحافظة"، اهتمت هذه النظريات عند معالجتها لوسائل الاتصال و الإعلام بدراسة هذه النظم باعتبارها أنساق اجتماعية تتكون من بناءات لها وظائف محددة، ينبغي لهذه البناءات و النظم الاتصالية و الإعلامية أن تقوم بالوظائف المحددة لها من اجل المساهمة في المحافظة على النسق العام (المجتمع) كما لابد من حدوث نوع من التنسيق و التعاون بين نظم وسائل الاتصال و الإعلام و غيرها من النظم الأنساق الأخرى. [1] حيث تهتم البنائية الوظيفية بدراسة الإعلام باعتباره إدارة ذاتية هامة، تصحح نفسها في إطار سياسة معينة و قواعد مؤسساتية و تظهر خصوصيتها في موضوعيتها و تطبيقاتها العامة، أما من الجانب السياسي في صياغتها، فهو يناسب مفاهيم التعددية و حرية الاختيار، و أما من جانب الآليات الأساسية للحياة الاجتماعية في الاتجاه المحافظ و الإعلام من وجهة نظر البنائية الوظيفية يساهم في الحفاظ على القيم السائدة، فضلا عن استخدامه كمصدر للتغيير الاجتماعي، و تعد المؤسسة الإعلامية من وجهة نظر هذه النظرية إحدى المؤسسات التي تهتم بتفسير الاتجاهات و أنشطة المؤسسات في ضوء حاجات المجتمع، و يفترض مسبقا أن الحاجات هي عملية مستمرة و منظمة و متكاملة تتطلب دوافع و توجيه و تكييف، كما ينظر إلى المجتمع باعتباره مجموعة من الأجزاء المرتبطة أو أنساق فرعية، و يشكل الإعلام أحد هذه الأجزاء، و تتطلب الحياة الاجتماعية للتنظيم استمرار المحافظة عليه و ثبات و اكتمال صورة أجزاء المجتمع[2]

و قدم "روبرت كينغ ميرتن" عدد من المسلمات الخاصة بهذه النظرية و هي[3]:

- أن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة، و أنه تنظيم للأنشطة المرتبطة و المتكررة و التي يكمل كل منها الآخر.
- أن هذا المجتمع يميل بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي و إذا حدث أي نوع من التنافر داخله فان قوى معينة سوف تنشط من اجل استعادة التوازن.
- أن جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع تساهم في استقراره، بمعنى أن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.

---

(1) عبد الله محمد عبد الرحمان، مرجع سابق، ص.146،147.
(2) طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث: الموضوع و القضايا،دار المعرفة الجامعية، القاهرة،2008، ص. 56،57.
(3)حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية، القاهرة، 2001، ص. 125،126.

– أن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده و هذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة لتلبية حاجياته.

و تنطبق هذه المسلمات على الاتصال الجماهيري ، حيث يلاحظ أن وسائل الإعلام تقوم بأنشطة متكررة أو متماثلة في النظام الاجتماعي و يترتب عليها نتائج بالنسبة للمجتمع ككل، و من هنا يمكن الاستخلاص بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، و لا يستطيع المجتمع المعاصر ان يستمر بدونها.

لقد استخدم أصحاب النظرية البنائية الوظيفية الكثير من المفاهيم و المصطلحات التي تعكس الإطار السوسيولوجي العام لها مثل المتطلبات الوظيفية، تحقيق الأهداف، المحافظة على النظام و التوازن العام و الدور الوظيفي، وتعكس في مجملها مدى حرص أصحاب هذه النظرية على ضرورة الاهتمام بتوجيه الدور الوظيفي لوسائل الاتصال و الإعلام، نحو تحقيق الوظائف و الأهداف العامة التي تربط هذه الوسائل و تنظيمها و مؤسساتها المختلفة.[1]

كما يهتم مفهوم الوظيفة بتحليل العلاقات بين النظام ككل و الوحدات المكونة لهذا النظام، و يتضمن مفهوم الوظيفة في النظام الاجتماعي مجموعة من الوحدات و الوحدة يمكن أن تكون الفرد أو المؤسسة الاجتماعية أو الثقافية و تمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة(الاستهلاك، نقل الأخبار و الترفيه...) سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع العام و تتم هذه الأنشطة داخل بناء مثل النظام الليبرالي أو النظام الشمولي، و ينتج عن ممارسة الأنشطة التي تقوم بها الوحدات داخل البناء مجموعة من الوظائف أي أثار مرغوبة و متوقعة في المجتمع و في المقابل يوجد الاختلال الوظيفي و يشير إلى الآثار غير المرغوبة التي قد تحدثها وسائل الإعلام.[2]

و حسب "هارولد لاسويل" تحقق العملية الاتصالية، ثلاث وظائف رئيسية في المجتمع:[3]

– مراقبة البيئة و تقديم إنذارات حول المخاطر و التهديدات الوشيكة على نظام قيم الجماعات و أقسامها.

–ربط أجزاء المجتمع وفق متطلبات البيئة.

–نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل آخرأو النقل الثقافي.

الوظيفة الرابعة و هي التسلية، أضافها عالما الاجتماع "بول لازرسفيلد" و "روبرت ميرتن" ، لقد أدخلا هذان الباحثان مزيدا من التعقيد إلى النظرية و ذلك من خلال إدراكهما إمكانية الاختلال الوظيفي و تمييزهما بين الوظائف الظاهرة و الكامنة، وقد اعتبرا الوظائف كعوامل تساهم في تكييف أو ملائمة نظام معين، واعتبرا التحلل الوظيفي معوقا لهذه الوظائف ، هذه هي حالة "الخلل الوظيفي المخدر" الذي تولد بواسطته وسائل الإعلام اللامبالاة السياسية في أوساط الجماهير، وتمنع الوظائف الخلل الوظيفي من الاندلاع بتهور لتحويل النظام إلى أزمة، أما الوظائف الظاهرة و المدركة (المتوقعة) فهي تلك

[1] عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص. 148.

[2] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد مرجع سابق، ص.126،127.

[3] ارماند ماتيلار و ميشليه ماتيلار، نظريات الاتصال، ترجمة أديب خضور، المكتبة الاعلامية، الطبعة الثانية ،دمشق،2008، ص.42،43.

المفهومة و المرغوبة من جانب النظام، في حين أن الوظائف الكامنة و الضمنية هي تلك غير مفهومة و غير مرغوبة بحد ذاتها، في هذا التفاعل للوظائف و للاختلالات الوظيفية ينظر إلى النظام، وفق معايير التوازن و عدم التوازن و الاستقرار و عدم الاستقرار.

و بهذا يسعى التحليل الوظيفي إلى فهم دور نمط السلوك أو التأثير الثقافي و الاجتماعي في الحفاظ على توازن النظام و ديناميكيته، و يتم تحليل نشاط الأفراد في ضوء أهميته لتنمية النظام و حفظ توازنه، و يحدث الخلل الوظيفي إذا كان السلوك الذي تمارسه الوحدات يخل باستقرار النظام و يعوق تقدمه.[1]

لقد جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري و الإعلام، نظرا لاعتمادها على التحليلات النظرية من ناحية و إجراءات الدراسة الميدانية من ناحية أخرى، لاسيما بعد ان تزايدت أهمية هذه الوسائل و أصبحت تشكل جزءا من نمط الحياة الثقافية الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية في كافة المجتمعات الحديثة. و ربما تجيء تحليلات "تشارلز رايت"(C.Wright) ، التي تعرف بالتحليل الوظيفي للاتصال الجماهيري و التي حاول فيها ان يضع نظرية وظيفية مصغرة لدراسة النتائج و الآثار المترتبة على استخدام وسائل الاتصال الإعلامي و الجماهيري، باعتبارها نموذج للاتصال الجمعي الحديث، الذي تطور بنائيا و وظيفيا عن أنماط الاتصال الإنساني التقليدي الذي عرفه تاريخ المجتمعات البشرية في القرون الماضية، كما حاول "تشارلز رايت" أن يستخدم عددا من الأفكار النظرية و الوظيفية، عند عدد من روادها من أمثال "بارسونز" و " ميرتن" على وجه الخصوص و ذلك من أجل بناء مقاييس أو دليلا وظيفيا للاتصال الجماهيري و الإعلامي، و لتحديد عمل الوظائف الظاهرة و الكامنة لها و تحديد أوجه النتائج و الآثار التي تتركها هذه الوسائل على الفرد و الجماعة و المجتمع و دورها و وظائفها الإعلامية و الترفيهية و السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية عموما.[2]

و من النماذج التي تبنت البنائية الوظيفية، نجد نموذج "ميلفن دفلير" الذي ينظر إلى المؤسسات الإعلامية كنظم اجتماعية، و الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية والأفراد و كذلك نموذج "هيبرت و زملائه" في تأكيد الاعتماد على الوجه التالي:[3]

قدما "ميلفن دفلير" و "ساندرا روكيتش" في محاولة منهما لتقديم تفسير حول استقرار و استمرار وسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي على الرغم مما يوجه إليها من انتقادات عديدة، و قدما رؤيتهما لهذا التفسير من خلال التحليل الوظيفي لنظام وظائف الإعلام في المنع و ذلك من خلال استمرار وسائل الإعلام في تقديم محتوى الذوق المتدني.

---

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص. 128.
[2] عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق،ص 158.
[3] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثانية ، القاهرة، 2004، ص.134، 135.

فهذه النظرية ترى بداية أن الإجابة على السؤال الخاص بمن يفرض ذوقه على الآخر الجمهور أم وسائل الإعلام؟ تعتبر صعبة، فمن الصعب أن نعرف هل يحدد ذوق الجمهور محتوى الإعلام، أم أن محتوى الإعلام هو الذي يحدد للجمهور ذوقه، لان العلاقة بينهما أصبحت دائرية.

تقدم النظرية البنائية الوظيفية من خلال منظور التحليل الوظيفي نموذجا لعلاج هذه المشكلة، حيث يبدأ التحليل بمشاهدة الوسيلة الإعلامية بوصفها نظاما اجتماعيا يعمل ضمن نظام خارجي معين، يركز على ظاهرة متكررة لنقل محتوى الذوق المتدني (الهابط) داخل هذا النظام (الوسيلة الإعلامية) و يسعى التحليل الوظيفي إلى إيضاح أن لهذه الظاهرة نتائج تساهم في استقرار و بقاء النظام ككل، و قد يكون لهذه الظاهرة تأثيرا ايجابيا فيقال أنه "وظيفة" و قد يكون لها تأثيرا سلبيا فيقال أنها "اختلالا وظيفيا" و يمكن تطبيق التحليل الوظيفي على دراسة وسائل الإعلام للتعرف على ظاهرة المضمون الهابط لتلك الوسائل، حيث يحد هذا الجزء من محتوى وسائل الإعلام الذي يقع ضمن الذوق الثقافي الهابط، أو الذي يعطي إشباعا للجماهير العريضة و يعتبره البعض أنه يحط من مستوى الذوق العام مثل العنف الزائد، البرامج الإباحية، الموسيقى المثيرة وغيرها من المظاهر التي تثير استياء النقاد، و يمكن تقسيم المحتوى الإعلامي إلى ثلاث درجات بناء على أساليب و وسائل القياس و التمييز على النحو التالي:[1]

أ- المحتوى الهابط: و هو الذي يثير استياء النقاد بشكل مستمر مثل الدراما التلفزيونية التي تؤكد على العنف، أو البرامج الجنسية،أو أي محتوى يساهم في خفض مستوى الذوق و إفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعيا.

ب- المحتوى الذي لا يثير الجدل: و من أمثلة ذلك تقارير حالة الطقس، و المجالات التي تركز على الاهتمامات المتخصصة و هو محتوى لا يرفع مستوى الذوق و لا يحط من قدره.

ج- محتوى الذوق الرفيع: و هو المحتوى الذي يرقى بالأخلاق و التعليم.

تبدأ النظرية البنائية الوظيفية في تحليل عناصر و مكونات النظام الاجتماعي لوسائل الإعلام و علاقتها ببعضها فيمايلي:[2]

أ- **الجمهور**: و هو العنصر الرئيسي لنظام الاجتماعي الخاص بوسائل الاتصال الجماهيري و ينقسم الجمهور إلى طبقات اجتماعية متمايزة بينها علاقات متشابكة في مجالات عديدة و لابد من تحديد احتياجات أفراد الجمهور و طبيعة العلاقات الاجتماعية بين أفراده.

ب- **هيئات البحث:** و هي الجهات التي تقدم معلومات للمسؤولين عند انتقاء أنواع المحتوى الذي سيوزع على الجمهور.

---

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص. 129.
[2] نفس المرجع، ص.130.

ج- **الموزعون:** حيث ينتقل المحتوى من الموزع إلى الجمهور و يختلف دور الموزع من وسيلة إلى أخرى و ينتهي إلى نظام فرعي، و هناك ارتباط بين الموزع الأكبر و منافذ التوزيع المحلية، فالموزع يقوم بتقديم المحتوى و المنافذ تقدم المال و يسعى الموزعون إلى اكتساب اهتمام الجمهور و قياس هذا الاهتمام يحصل عليه الموزعون من منظمات و هيئات البحث التي توفر للموزعين المعلومات عن التغذية المرتدة أو رجع الصدى حتى يتمكنوا من الكشف عن تقدير الجمهور و اهتمامه.[1]

د- **المنتجون و الممولون:** هناك مجموعة كبيرة من الأنظمة الفرعية ضمن عنصر المنتج، و من أمثلة ذلك: الممثلون و المخرجون و المراسلون و رؤساء أقسام الأخبار،... الخ.

هـ- **وكالات الإعلان:** و يرتبط الممول و الموزع و هيئة التحرير بوكلات الإعلان.

ن- **نظم الرقابة و السيطرة:** مثل الهيئات التشريعية التي تضع اللوائح التنظيمية الخاصة بوسائل الإعلام.[2]

تتفاعل العناصر السابقة في تحديد المستوى المسموح و المحتوى غير المسموح، و تتدرج كل واحدة من وسائل الإعلام ضمن هذا النموذج العام من النظام الاجتماعي،و يعتبر التمويل هو العنصر الأساسي للنظام الداخلي، فمعظم عناصر نظام وسائل الإعلام عبارة عن عناصر وظيفية يحرك المال أفرادها، و لكي يحصلوا على المال فإنهم يعتمدون على أكثر العناصر أهمية و هو الجمهور، و إذا لم تكن قراراتهم لصالح الاهتمام بالجمهور، فان نظام الوسيلة الإعلامية قد يعاني من إجهاد شديد يجعله ينهار في النهاية، لذلك يختار القائمون على الوسيلة الإعلامية التي تعمل وفق النظام التجاري تقديم المحتوى الترفيهي الذي يشبع أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور و المحتوى الترفيهي الذي يبدو أنه قادر على جذب أكبر عدد من أفراد الجمهور هو ذلك المحتوى الهابط المشبع بالجنس و العنف و الذي سوف يؤدي إلى زيادة عدد الجمهور الذي يشاهد الإعلانات و بالتالي يحقق أهداف النظام.[3] تتضح في الاخير العلاقة بين هذه العناصر في دعم و استقرار وسائل الإعلام رغم ما يوجه إليها من نقد خاص بتقديمها المحتوى الثقافي الهابط.[4] و يفسر الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية و مؤسساتها في المجتمع، على أساس من الاعتماد المتبادل و هو ما يتفق مع الأسس الخاصة بالبنائية الوظيفية، فيرى "دفلير" و "روكيتش" أن العلاقة القائمة على الحاجة المتبادلة يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل فكل من وسائل الإعلام و المؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض الذي أصبح ملزما في المجتمع الحديث. حيث أن هذا الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاقتصادية لا يعمل فقط على دعم المفاهيم الخاصة

---

[1] مي اعبد الله، مرجع سابق،ص.172.
[2] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص. 130.
[3] نفس المرجع، ص.130،131.
[4] محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص. 138.

بالحرية الاقتصادية و لكن يقوم أيضا بتشكيل أدوار وسائل الإعلام الاقتصادية بالنسبة للأفراد في المجتمع.و يمكن تحديد مجالات اعتماد النظام الاقتصادي على وسائل الإعلام في أمريكا كالآتي:

أ- دعم قيم المشروع الحر.[1] و دعم فكرة أساسية تتمثل في أن الحرية التي يتميز بها المجتمع الأمريكي أفضل من القمع المتزايد الذي يدعو إليه منظروا المجتمع الجماهيري.[2]

ب- بناء العلاقة بين المنتجين و البائعين و المستهلكين و دعمها من خلال إعلام المستهلك.

ج- السيطرة على الصراعات الداخلية أو الفوز بها، مثل الصراعات التي تقوم بين الإدارة و الاتحادات، حيث تساهم وسائل الإعلام في هذا الصراع بإقناع الجمهور بموقف الشركة أو المؤسسات من هذا الصراع.[3]

و نجد أن وسائل الإعلام تعتمد على مصادر النظم الاقتصادية في تحقيق أهدافها مثل:[4]

أ- تحقيق الربح من خلال الإعلان.

ب- التطور التكنولوجي و تخفيف النفقات و المنافسة.

ج- التوسعات من خلال الخدمات البنكية و التمويلية.

و في مجال النظم السياسية في علاقتها بوسائل الإعلام نجد أنها تعتمد على وسائل الإعلام في:

أ- غرس القيم و المعايير السياسية الخاصة بالمجتمع و دعمها مثل الحرية و المساواة و احترام القانون و التصويت،...الخ.

ب- دعم النظام و التماسك الاجتماعي.

ج- تعبئة المواطنين لتبني الأنشطة الضرورية.

د- السيطرة على الصراعات التي تظهر بين النظام السياسي و النظم الاجتماعية الأخرى.

و من جانب آخر تعتمد وسائل الإعلام في تحقيق أرباحها و تطورها و توسعها على:[5]

أ-التسهيلات القانونية و التشريعية، وحمايتها.

ب-المصادر الرسمية و غير الرسمية لتغطية الأخبار.

ج-العائد الذي يتحقق من الإعلانات السياسية،الإعفاءات الضريبية، و الإعانات المالية.

و من جانب آخر تعتمد الكثير من النظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع مثل العائلة ،المؤسسات الدينية ،التعليمية ،العسكرية و غيرها على وسائل الإعلام و ما تقدمه من معلومات أكثر من غيرها من الوسائل و الطرق الأخرى، بنفس المستوى الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام على هذه المؤسسات أو النظم في

---

[1] محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص. 140، 141

[2] طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق،ص.59

[3] محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص. 141

[4] نفس المرجع ، ص. 141، 142

[5] نفس المرجع ، ص. 142،143

الكثير من مجالات عملها و بصفة خاصة المعرفة المتخصصة التي تقوم بنشرها، و في نفس الوقت إن هذه العلاقات المتبادلة تفسر أسباب و كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام و تأثرهم بها، و إن تبعية الأفراد لوسائل الإعلام و اعتمادهم عليها يمكن تحديدها من خلال علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية الأخرى.فالفرد يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر لتحقيق أهدافه كمواطن من حقه أن يعلم، و يتخذ قراره السياسي بالتصويت، وان يتعلم المستجدات في المجالات المختلفة، وأن يرفه عن نفسه، وأن يتفاعل مع المشكلات الاقتصادية و يتخذ قراراته الاستهلاكية و غيرها من الأهداف. كخلاصة نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية الأخرى هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام و تحدد كذلك كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، فالأفراد لا يستطيعوا أن يسيطروا على نشر الأنواع المختلفة من الرسائل الإعلامية لأنه يجب أن يؤخذ في الاعتبار علاقة وسائل الإعلام كنظام قائم مع النظم الأخرى، وهذا يحدد من جانب أخر ما ينشر و ما لا ينشر، هذا ما يفسر القول بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية الأخرى تشكل طبيعة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

و في إطار تحليله للنظم الإعلامية يقدم "هيبرت" نموذجا يوضح فيه العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام و النظم أو الخصائص المميزة للمجتمع، فيرى ان العلاقة بين وسائل الإعلام و المجتمعات هي علاقة تبادلية، فالمجتمع ينشىء النظام الإعلامي القومي و يقوم هذا الأخير بدوره في تطوير المجتمع أو تغييره (مع الأخذ بعين الاعتبار اختلاف المجتمعات)، و لمعرفة هذه العلاقة يفضل تحليل النظام الإعلامي كوحدات متميزة، و يقدم هذا النموذج الذي صمم ليعكس التفاعل بين وسائل الإعلام في المجتمع أساسا للمقارنة،حيث يقوم على النظرية التي ترى أنه في أي مجتمع هناك قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة و متميزة لخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة و متنوعة تسهم في إعادة تشكيل المجتمع، لقد حاول "هيبرت" و زملاءه عرض الوظائف أو عرض خصائص المجتمعات التي تتناول علاقات الاعتماد المتبادل بين هذه النظم وسائل الإعلام وخلصوا إلى أن النظم الإعلامية تستخدم لأداء ستة وظائف هي: الإعلام و التحليل والتفسير، التعليم و التنشئة الاجتماعية، الإقناع و العلاقات العامة، الترويج و الإعلان ثم الترفيه و الفنون. هذه الوظائف تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها.(1)

و تبعا لنظرية "هيبرت" تتأثر نشأة النظام الإعلامي و تطوره في المجتمعات بالعوامل التالية:(2)

أ- الخصائص الجغرافية و المادية للمجتمع: و منها تأثيرات المناخ، السطح، المساحة، عدد السكان و توزيعهم و غيرها من الخصائص التي تؤثر على النظام الإعلامي في المجتمع.

ب- الكفاءات التقنية و التي تتمثل في أربعة أنواع منها:

- وجود كفاءات علمية في المجالات النظرية و التطبيقية تساهم في تطور وسائل الإعلام.
- وفرة المواد الخام التي تدخل في صناعة الإعلام.

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.132.

(2) نفس المرجع ، ص.132.

– قدرة المجتمع الصناعية على إنتاج الأجهزة أو الوسائل الإعلامية جماهيريا، فالنظام الإعلامي لا يعمل ما لم تقم الصناعات المغذية له.

– المهارات المدربة التي تقوم بدورها في تحقيق وظائف النظم المعقدة.

ج–السمات الثقافية: فكل مجتمع له أحكامه و معاييره المتميزة و أنماطه السلوكية و وسائله الخاصة في تحديد الأولويات و تعديل السلوك، فهناك العادات الاجتماعية و الثقافية و المعايير و القيم و الاتجاهات التي تشكل السمات الثقافية للمجتمع و التي تعتبر ضرورة في تطوير النظم الاجتماعية و تحديد أدوارها.و يعتبر الاتصال أداة فعالة في إحداث التغيير الثقافي داخل المجتمع و له تأثيره القوي على التنظيم الاجتماعي و التجمعات الإنسانية و من ثم فان السيطرة على الإعلام تعني السيطرة على كل من وعي المجتمع و التنظيم الاجتماعي.[1]

د– الظروف الاقتصادية: يحتاج النظام الإعلامي إلى نفقات ضخمة، وإن اتجاهات المجتمع نحو الوسيلة الإعلامية يمكن أن تحدده الخصائص الاقتصادية لها، و يحدد البناء و الفلسفة الاقتصادية للمجتمع و ظروفه و الطرق التي يتم من خلالها تحويل وسائل الإعلام، و تحدد الظروف الاقتصادية إقبال المتلقين على وسائل الإعلام، ملكية الأفراد للأجهزة، أو المشاهدة الجماعية لها بشكل أو بآخر و تؤثر في تحديد الوقت و المكان و طريقة المشاهدة.

هـــ– الفلسفة السياسية: يظهر تأثير البناء السياسي و اتجاهاته على تطور النظام الإعلامي و الاتصالي في قدر و نوع السيطرة التي تمارسها الحكومات على وسائل الإعلام، فالقوى السياسية هي التي تضع القوانين و التشريعات التي تعمل في إطارها المؤسسات الإعلامية، و تختلف درجة و نوع السيطرة من مجتمع لآخر و تعتمد على الفلسفات السياسية للمجتمعات و أهدافها و ربما يكون هذا العنصر هو أكثر العناصر تأثيرا ، فعادة ما تمارس القوى السياسية ضغوطا مادية بجانب التأثيرات الفلسفية.

و– نوعية وسائل الإعلام: يتأثر النظام الإعلامي بخصائص المؤسسات الإعلامية من حيث تقنياتها و أنماط استخدامها، فقد أدى ظهور التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة إلى تغيير ادوار الراديو و السينما، فالنظام الإعلامي ككل في أي مجتمع يتأثر في تشكيله و إعادة تشكيله بصورة التفاعل بين وسائل الإعلام ، فخصائص الوسائل في علاقتها بخصائص المجتمعات، تقوم بدورها في تطوير النظام الإعلامي في المجتمع.[2] و بالرغم من أهمية تحليلات علماء الوظيفية الذين ركزوا على الدور الوظيفي لمؤسسات الإعلام المختلفة مثل الراديو، و التلفزيون، و السينما و الصحف و المجلات، و الأقمار الصناعية من أمثال "لازرسفيلد" و "روبرت ميرتن" و "تشارلز رايت" و " ويلي" و"برلسن" و "مندلسون" و "بيرد" و "لاسويل" و غيرهم.[3] فقد أشار "نوربرت الياس" (Norbert Ilias) إلى أن فكرة الوظيفة قامت على حكم قيمي يشكل الأساس الذي قامت عليه الإيضاحات المتعلقة بالفكرة و استخدامها وهذا الحكم القيمي الذي

---

[1] وليام ريفرز، تيودور باترسون، جاي جينسون،الاتصال الجماهيري و المجتمع المعاصر، ترجمة احمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،2005،ص .35.

[2] محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.132.

[3] نفس المرجع ، ص.149.

يتضمن هذه الوظائف، فهم بشكل غير متعمد على انه يعني فعاليات القسم "الجيد" للجميع و ذلك لأنها تسهم في حفظ و تماسك النظام الاجتماعي القائم، و من الواضح وجود عناصر من الثقة بالطبيعة الاجتماعية ممزوجة بالتحليل العلمي.[1] أي انه جاءت أهمية النظرية البنائية الوظيفية في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري و الإعلام، نظرا لاعتمادها على التحليلات النظرية من ناحية؟ و الدراسة الميدانية من ناحية أخرى، و ذلك بهدف التعرف على الخصائص العامة لوسائل الاتصال الجماهيري.[2] لقد واجهت البنائية الوظيفية بعض الصعوبات في افتراضاتها النظرية، يتعلق بعضها بالجانب الثقافي و الآخر بالجانب السياسي، و تتمثل هذه الصعوبات في: الارتباك الذي يحدثه مفهوم "وظيفة" كمصطلح، فيمكن أن يستخدم بمعنى "غرض" أو "نتيجة" أو "متطلب" أو "توقع"، و ترتبط معان أخرى بهذا المفهوم، فإذا طبق ذلك على وسائل الاتصال نجد أن مصطلح "وظيفة الأخبار" يمكن أن يشير إلى ثلاثة أشياء منفصلة، فالإعلام يحاول إخبار الناس (غرض) و يتعلمون من خلال الوسيلة (نتيجة) و يفترض أن الوسيلة تخبر الناس (متطلب أو توقع)، كما أن الإعلام ليس وحده الذي يؤثر في السلوك و لكن توجد أيضا جماعات أو تنظيمات، و لذلك يصعب تمييز وظيفة الإعلام عن وظائف الأجهزة الأخرى المتمثلة في الحكومات و الأحزاب و الشركات.[3] فقد أشار "ريتشارد لابيير" في نظريته عن الضبط الاجتماعي أن عضوية كل من الجماعات الصغيرة و الأسرة و دور العبادة و الأصدقاء تعتبر أكثر تأثيرا على قيم الفرد و اتجاهاته و سلوكه بشكل يفوق تأثير وسائل الإعلام، ذلك ان الفرد يلجأ إلى وسائل الاتصال بحثا عما يريده و ليس عما يريد الإعلام فرضه عليه.[4]

بالإضافة إلى أن هناك فرصة ضعيفة لإثبات التأثير الطويل المدى للوسيلة، و قد يكون تأثيرها مفيدا أو ضارا، و لا يستطيع إثبات ذلك بواسطة نتائج البحوث الامبريقية.

---

[1] ارماند ماتلار، ميشليه ماتيلار، مرجع سابق،ص. 43.
[2] محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص. 149، 150.
[3] طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق،ص.59.
[4] وليام ريفرز، تيودور باترسون، جاي جينسون،مرجع سابق،ص .37.

2-2- النظرية النقدية:

على عكس أصحاب البنائية الوظيفية، الذين يرون العلاقة بين وسائل الاتصال في المجتمع و باقي النظم الاجتماعية الأخرى هي علاقة متوازنة تقوم على الاعتماد المتبادل، و أن المحتوى الذي تنشره هذه الوسائل يحافظ على توازن و استقرار المجتمع، لأنه يلبي حاجات الجماهير التي تعتبر العنصر الأساسي من عناصر النظام الإعلامي و الاتصالي.(1) فقد اعتقدت السوسيولوجية الوظيفية أن وسائل الإعلام هي الأدوات الجديدة للديمقراطية الحديثة، تلعب دورا حاسما في ضبط المجتمع و تنظيمه، و لهذا السبب فهي تستطيع أن تدافع عن النظرية التي يمكن بواسطتها إعادة إنتاج قيم النظام الاجتماعي و تثبيت الوضع الراهن(2). على عكس هذه الرؤية فان النظريات النقدية ترى أن وظيفة وسائل الإعلام في مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم و العمل على دعم الوضع القائم،لذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية و انتشار "الثقافة الجماهيرية" بديلا عن الثقافة "الراقية" أو "الرفيعة" التي ترتقي بأذواق الجماهير، لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع(3) و سواء اعتبرت النظريات النقدية تتويجا لتفكير مدرسة أو تيار أو أنها عبارة عن نسق ابتدأ أصحابه بالنقد لينتهوا إلى نوع من الالتزام العضوي بالقضايا التي باشروا بها، فالملاحظ أن ما يميزها عن غيرها هو أسلوب النظر إلى الحداثة و البحث الدائم على آفاق السؤال، لذلك تحول النقد عند أصحابها إلى أداة لمقاومة كل أشكال الاستقطاب، و سمح لهم بالتحرك دون التورط في الانتماء السياسي المباشر أو الاستجابة لكلمة أمر تحصر نشاطهم الفكري أو تضايق نمط سؤالهم.(4)

يوجد عدة تيارات داخل المنظومة النقدية (منظومة النقد الاجتماعي) يجمع بينها رفضها لواقع المجتمع الرأسمالي و هيمنة التكنولوجيا و تعرضها للتطور المستمر، فقد تطور اليسار الجديد من طلاب الجامعات و المثقفين الراد كليين في أوربا و أمريكا حيث تبنوا العنف في مواجهة النظام بعد أن تأكد لهم رفض النظام لمطالبهم، و حدث نفس التطور لمدرسة "فرانكفورت" حيث انطلقت من عباءة الماركسية و اتجهت إلى إجراء البحوث الميدانية استنادا إلى المقولات الماركسية غير أنها انتهت إلى تطوير الأفكار الماركسية و رفض بعضها.(5)

(1) مي العبد الله،مرجع سابق،ص .197.
(2) ارماند ماتيلار، ميشيليه ماتيلار ، مرجع سابق، ص.77.
(3) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.147.
(4) محمد نور الدين افاية، الحداثة و التواصل في الفلسفة النقدية المعاصر "نموذج هابرماس"، إفريقيا الشرق، الطبعة الثانية، لبنان، 1998، ص.16،17.
(5) عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، 2002، ص. 15.

و نتيجة لذلك تتحدد الخريطة التي تضم جماعات النقد الاجتماعي كمايلي:[1]

– **التيار الأول:** يستند إلى النظرية الماركسية في صورتها الكلاسيكية مع بعض التغيرات المحدودة التي فرضتها المتغيرات، و يمثل "جورج لوكاش" هذا التيار الذي ركز على البروليتاريا باعتبارها قوة التحول الاجتماعي الرئيسية في تطبيق النظرية النقدية استنادا إلى وعيها الطبقي.

– **التيار الثاني:** يقود هذا التيار "رايت ميلز" و قد انتشرت أفكاره على نطاق شامل بين جماعات اليسار الجديد في أوربا و أمريكا، لقد ظهر هذا التيار في الخمسينات في إطار نقد المجتمع الأمريكي، و في معرض تمييزه بين اليسار و اليمين يرى "رايلت ميلز" أن اليمين يعني أن يكتفي الإنسان بما هو قائم في المجتمع، أما اليسار فهو يعني النقد الاجتماعي و البنائي للمجتمع.

– **التيار الثالث:** إنبثق هذا التيار من مدرسة التبعية خلال عقدي الستينات و السبعينات، و يركز هذا التيار على طبقة الفلاحين للقيام بالثورة كبديل للطبقة العاملة الصناعية و ذلك باعتبارهم الثوريين الوحيدين الذي ليس لديهم ما يخسرون، و من أهم روادها "ماوتسي تونغ" و "تشي قيفارا" و "فرانز فانون".

– **التيار الرابع:** و يضم رواد مدرسة "فرانكفورت" الذين يشغلون التيار الرئيسي للنقد الاجتماعي، وقد حاول تطوير بعض المقولات الماركسية و اسقاط بعضها الآخر و خصوصا تلك التي تتعلق بدور الطبقة العاملة، فضلا عن بعض المقولات التي لم تعد قادرة على تفسير المستجدات العصرية التي فرضتها التغييرات التكنولوجية في مجالات الاتصال و المعلومات و الاقتصاد و الهندسة الوراثية.

– **التيار الخامس:** يتشكل من بعض الجماعات الوجودية و جماعات الهيبيز و العودة إلى الطبيعة، و يعتبر هذا التيار نوعا من الاحتجاج الصوفي العاجز عن تأسيس رؤية نظرية، فقد كانوا أول من أعلن الحرب على سيكولوجية الاستهلاك.

و تتفق الدراسات النقدية مهما تعددت اتجاهاتها على أجندة واحدة تحدد من خلالها العلاقة و الارتباط بين وسائل الإعلام و القوى السياسية و الاجتماعية في الآتي:[2]

– دراسة محتوى وسائل الإعلام على المستوى الأوسع بدلا من نماذج التأثير المباشر التي تعتمد على عوامل (مثير/استجابة)، و التأكيد على قوة وسائل الإعلام الفكرية و الثقافية مع توضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تقدم بها العلاقات الاجتماعية و المشكلات السياسية التي يتم تحديدها.

---

(1) عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص.17،16.
(2)_حسن عماد مكاوي،ليلى حسين السيد،مرجع سابق،ص.119، 120.

– تحدي النظريات الخاصة بالنص الإعلامي بوصفه تقديما واضحا للمعنى مع إعطاء اهتمام اكبر للبناء اللغوي و الفكري أكثر من مجرد تحليل المحتوى التقليدي.

– التأكيد على العلاقة بين ترميز الرسائل الإعلامية و تباين تفسيرات الجمهور بدلا من مفهوم الجمهور الموحد الذي اتفقت عليه الدراسات التقليدية بتأثير المسوح الخاصة بالمؤسسات الإذاعية و وكالات الإعلان. و للتعرف على أهمية المتغيرات و الأسباب التي أدت إلى تغيير كبير في ملامح النظرية السوسيولوجية و لاسيما خلال النصف الأول من القرن العشرين و حتى الوقت الراهن، ما تمثل في ظهور عدد من النظريات النقدية أو الراديكالية التي ركزت على استخدام المدخل النقدي لتقييم النظريات التقليدية سواء كانت بنائية وظيفية أم ماركسية، لاسيما بعد أن اقتنع الكثير من رواد هذه النظريات بالحاجة الماسة إلى ضرورة تحديث نظرياتهم التقليدية،خاصة بعد أن تعرضت لانتقادات عديدة سواء على المستوى النظري أو الامبريقي[1]. و سنقتصر في دراستنا هذه على طرح الاتجاهات الأساسية و المفتاحية لفهم و تحليل منظومة النقد الاجتماعي في مجال وسائل الإعلام و الاتصال نوجزها كالآتي:

مدرسة فرانكفورت، نظرية التبعية، نظرية الثقافة النقدية، نظرية الاقتصاد السياسي.

2-2-1- مدرسة فرانكفورت:

تعطي هذه المدرسة الأولوية في تحليلها للمحيط الثقافي و الاجتماعي الذي تتم فيه عملية الاتصال، ولذلك يطلق عليها البعض إسم " المدخل الاجتماعي الثقافي". لقد تأثرت هذه المدرسة منذ البداية بالفكر الماركسي حيث كان اتباعها يركزون أساسا على المحيط الثقافي و الاجتماعي و السياسي و الاقتصادي للبلد الذي تتم فيه عملية الاتصال.[2] فرغم انطلاقهم من الماركسية كإطار مرجعي إلا أن مواقفهم اختلفت حول القضايا المطروحة في المجتمع الرأسمالي و تراوحت مابين الالتزام بالماركسية (جرونبرج و فليكس فيل) و الالتزام النسبي (هور كايمر و ادورنو و هبرماس) و قد اتفقوا جميعا على ضرورة التزام مواقف نقدية إزاء مجتمعهم، كما يجمعون على أن الماركسية تمثل الإطار النقدي الأساسي للمجتمع و لكن هناك تطورات كثيرة طرأت مما كان يستلزم ضرورة إعادة فحص الكفاءة النظرية للماركسية في ضوء المستجدات و التي لا تقتصر على المجال الاقتصادي فقط بل تشمل بالضرورة الظواهر الثقافية السائدة و الجوانب النفسية للأفراد.[3]

---

(1) عبد الله محمد عبد الرحمان، مرجع سابق، ص. 156.
(2) دليو فضيل، الاتصال ، مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله، دار الفجر للنشر و التوزيع،الطبعة الأولى ، القاهرة، 2003، ،ص.27.
(3) عواطف عبد الرحمان، مرجع سابق، ص. 21، 22.

إن أغلب الباحثين و المفكرين الذين يحسبون على هذه النظرية تجمعهم نواة نظرية واحدة، حيث عمل أساسا كل من "ماكس هوركايمر" و "تيودور ادورنو" من جهة، و "هربرت ماركيوز" من جهة ثانية على تأسيسها و تكوين عناصرها، و قد اعتبر مفكروا مدرسة فرانكفورت أن تداخل الاختصاصات شرط ضروري و هذا بدمج اجتهادات الاقتصاديين و المؤرخين و علماء النفس و غيرهم في صياغة أسئلتها.

في هذا الإطار صاغ "هوركايمر" و "ادورنو" إشكالية على غاية من الأهمية مفادها السؤال الآتي: ما هي حدود و فوائد آثار التكنولوجيات الحديثة للاتصال؟ الأمر الذي دفع المنظران أن ينشغلا بالإنتاج الصناعي للمواد الثقافية، إذ تعد الصناعة الثقافية في نظرهم نموذجا ناجحا لإفلاس الثقافة و سقوطها في التسليع، و إن تحول الفعل الثقافي الى قيمة تجارية يقضي على قدرته النقدية، فالأمر يصبح جليا هنا، هو ضرورة الربط بين التكنولوجيا و الثقافة و السلطة و الاقتصاد و بذلك محاولة اكتشاف مجموعة من الروابط المتشابكة و المعقدة في مجال الاتصال.[(1)] و يعتبر النظام الإعلامي و وسائل الاتصال إلا نظما فرعية ترتبط بالنظام الثقافي العام الذي يشكل الإطار العام المعرفي و الإيديولوجي.[(2)] لقد روجت هذه المدرسة الأشكال المتنوعة من الثقافة الرفيعة مثل السيمفونيات و الفنون الكلاسيكية الأدبية، و رأت أن الثقافة الرفيعة شيء يملك كل مقومات كماله و لا يمكن أن تستخدمها الصفوة لمجرد تعزيز قوتهم الشخصية، و لذلك فإنهم شككوا في تقديم هذه الثقافة من خلال وسائل الإعلام.[(3)] من خلال اهتمامهم بنقد وسائل الإعلام التي تحاول إعادة إنتاج الفن العظيم القديم كالروايات و غيرها.[(4)]

و اعتبروا أن ما تقدمه و سائل الإعلام عبارة عن أعمال وضيعة أو تشويه للأعمال الراقية هدفها إلهاء الناس على البحث عن الحقيقة، فمن خلال التجارة العالمية و الثقافة الجماهيرية ينجح الاحتكار الرأسمالي في تحقيق أهدافه،حيث تكون السلعة هي الأساس فان الثقافة يمكن تسويقها أيضا لتحقيق الربح وتعمل من خلال مفهوم صناعة الثقافة على ترسيخ الأفكار الخاصة بسيطرة الطبقة المالكة أو المهيمنة على المجتمع بمفهومه الرأسمالي.[(5)] إن هذه الأفكار – من وجهة نظر رواد مدرسة فرانكفورت– هي التي تفسر الفشل الواضح للتغيير الثوري الاجتماعي الذي توقعه " كارل ماركس " و ذلك لتأثير البنية الفوقية على وسائل الإعلام و توجيهها في الطريق الخطأ.

و إذا ما حاولنا رصد إسهامات مدرسة فرانكفورت في مجال الاتصال و الإعلام يمكن ملاحظة الإسهامات التالية:[(6)]

---

(1) نصر الين لعياضي، وسائل الاتصال الجماهيري و المجتمع: أراء و رؤى (مجموعة دراسات مترجمة)، دار القصبة للنشر، الجزائر،1999.ص.106

(2) عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص. 158.

(3) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص. 150.

(4) طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق، ص76.

(5) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص. 120، 121.

(6) عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص، ص. 92،94.

-إن مدرسة فرانكفورت في نقدها للمجتمع و تبنيها لمصطلح "التغيير الاجتماعي" تمثل إسهاما هاما في تاريخ البحث العلمي في العلوم الاجتماعية بصفة عامة و على الأخص في مجال الثقافة و البحوث الإعلامية و الاتصالية، فالمدخل النقدي يبين أهمية رؤية الاتصال الجماهيري من خلال منظور اجتماعي و من خلال تقييم شامل لظروف المجتمع الرأسمالي.

- يوضح مدخل مدرسة فرانكفورت الطبيعة العامة للدور المسيطر و الضاغط الذي تلعبه وسائل الاتصال الجماهيرية في انتهاك حرية الأفراد و حرية التعبير.

-أسهمت في تعرية السلطة في المجتمعات الرأسمالية و الكشف عن دورها في طمس الفروق الاجتماعية و تزييف وعي الجماهير بآليات القهر الاجتماعي و الثقافي، فقد أثبتت في مجال البحث الاتصالي و الواقع أن النظرية النقدية تكشف العلاقة الجدلية بين النظرية و الواقع الاجتماعي و تعكس الإدراك العميق لطبيعة الحقيقة الاجتماعية و العلاقة الجدلية بين الإنسان و الحقيقة الاجتماعية، لهذا فإنها تعد المدخل الملائم لبحوث الاتصال.

- أسهمت النظرية النقدية في نفاذها إلى جوهر الممارسات الايجابية و السلبية للمجتمع الرأسمالي و الكشف عن دور وسائل الاتصال في المحافظة على هذا النظام.

-أسهمت في مجال وسائل الاتصال بصفة خاصة عن حقيقة البحث التقليدي الذي يعمد إلى عزل وسائل الاتصال عن السياق الشامل الذي تعمل في إطاره.

-إن النظرية النقدية بكل قدراتها تؤكد على انه لا توجد نظريات أو مناهج عامة يمكن تطبيقها على كل الظواهر الاجتماعية و تحت كل الظروف و على الباحثين أن يضعوا في الاعتبار الطبيعة النسبية التي تنبع من مضمونها الخاص المؤقت.

-تسعى النظرية النقدية إلى كشف الجوانب الأيدولوجية التي تكمن خلف النظام المؤسسي كما تسعى إلى الكشف عن الوعي المزيف الذي تقدمه و تروج له وسائل الإعلام في المجتمعات الرأسمالية.

2-2-2- النظرية الثقافية النقدية:

تسود هذه النظرية في الدوائر الأكاديمية بانجلترا و من روادها "ستيوارت هول"، حيث تهتم بالتحليل الثقافي لتسجيل مدى ارتباط ما تقدمه وسائل الإعلام بحياة الناس [1]، و قد تخصصت في دراسة الأنماط و الممارسات و المؤسسات الثقافية و علاقتها بالمجتمع و أسست لذلك معهد "الدراسات الثقافية المعاصرة" بجامعة "برمنجهام" عام 1964، و يعتبر كل من "ريتشارد هوجارت" و "ريموند وليامز" و "ادوارد تومسن" من مؤسسي و رواد الفكر النقدي لهذا المركز.[2]

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى السيد حسين، مرجع سابق، ص. 121.
[2] عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص.ص ، 35،36.

ويعتقد "ستيوارت هول" أن وظيفة وسائل الاتصال هي دعم الهيمنة لمن هم في مراكز القوى،لكنه يرفض التفسير الماركسي الاقتصادي حيث لا يرى أن هناك علاقة متكافئة بين الثروة و التفكير السياسي ،و لذلك فإنه يرى أنه من الخطأ معالجة الاعلام كنظام أكاديمي منفصل حيث تميل الحلول الأكاديمية إلى فصل الرسائل عن السياق الذي تحدث فيه،و يمكن فهم وسائل الاتصال أفضل باعتبارها سوقا،يتم فيه الصراع لتشكيل الأفكار الثقافية حول الحقائق الاجتماعية و يرسم الحدود حولها.[1]

إن هذه النظرية تحاول أن تفسر معنى الثقافة الشعبية من خلال التجربة الثقافية، مطالبة بتحليل (الكل) بدلا من عزل مجال ثقافي بعينه.[2] و تعتبر هذه النظرية أن الهيمنة هي الأسلوب المناسب للعلاقة بين من يملكون و من لا يملكون، و يرد مفهوم الهيمنة عند الحديث عن الدور الثقافي لوسائل الإعلام[3] ، فهي (النظرية) تتبنى منظورا شاملا في دراسة الوحدات الكبرى (الكلية)، كما تهتم بدراسة النظام الاجتماعي ككل و تبحث في نتائج إستخدام النخبة للإعلام.[4]

2-2-3- نظرية الاقتصاد السياسي:

أخذت مقاربة الاقتصاد السياسي ابتداء من عام 1975 تحقق تقدما من خلال تغيير تركيز التفكير على "صناعة الثقافة" إلى "الصناعات الثقافية"، و المقصود بها أن أنظمة الاتصال بدأت تواجه سياسات حكومية للدمقرطة الثقافية و أفكار الخدمة العامة و الاحتكارات العامة بمعنى تواجه المنطق التجاري في سوق يزداد طابعه العالمي.[5]

إذ تعد نظرية الاقتصاد السياسي نظرية ماركسية خالصة يتبناها اللذين درسوا سيطرة الصفوة على المؤسسات الاقتصادية مثل: البنوك و الأسواق و حاولوا أن يصلوا إلى تفسيرات خاصة بطرق سيطرة الاقتصاد على المؤسسات الاجتماعية و منها وسائل الإعلام.[6] و يتجه اهتمام بحثها إلى التحليل الأمبريقي لبناء الملكية و أسلوب قوى السوق الإعلامي، إذ تعتبر المؤسسة الإعلامية جزءا من النسق الاقتصادي مع ضرورة الارتباط بالنسق السياسي، و يمارس الإعلام هيمنة كبيرة على المعرفة و المجتمع عموما و يستطيع أن يكون سببا في تبادل القيم بين الناس في ظل ظروف ضغط السوق و المصالح الاقتصادية للمالكين و اتخاذ القرارات.[7]

و تركز نظرية الاقتصاد السياسي على تأثير القوى الاقتصادية في المجتمع و على ما تقدمه وسائل الإعلام في هذا المجتمع، إذ تنحاز الثقافة الجماهيرية التي تنتجها وسائل الإعلام و توزعها إلى إهتمامات

---

(1) محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ،ص.152.
(2) دليو فضيل، الاتصال،مفاهيمه،نظرياته،وسائله ،مرجع سابق،ص.28.
(3) محمد عبد الحميد، ، مرجع سابق، ص.ص. 151،152.
(4)طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق،ص.78.
(5) ارماند ماتيلار، ميشليه ماتيلار ، مرجع سابق،ص.79.
(6) حسن عماد مكاوي، ليلى السيد حسين، مرجع سابق، ص.121.
(7) طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق، ص. 83.

المؤسسات الاقتصادية (رجال الأعمال)، فأصحاب هذه النظرية يفترضون أن السيطرة على المؤسسات الاقتصادية تؤدي إلى السيطرة الثقافية. و بناء على ذلك فان المحتوى و المعاني التي تحملها الرسائل تتحدد بتأثيرات الاقتصاد على التنظيمات التي تنتج هذا المحتوى.(1) فالوسيلة الإعلامية باعتبارها تقود العمليات الاقتصادية إلى السلعة تفترض أن الإعلام منتج جماهيري حقيقي، و في هذا المعنى يوجه أصحاب هذه النظرية انتباه الجمهور إلى الإعلانات التي تشكل سلوك الجماهير بطريقة معينة متميزة.(2) و بالتالي فان الملكية و السيطرة الناتجة عن القوة الاقتصادية على وسائل الإعلام تترجم في السيطرة على الرسائل الإعلامية و بالتالي الانحياز الواضح لوسائل الإعلام نحو الطبقات المسيطرة اقتصاديا و سياسيا. ومن خلال التمويل الإعلاني يتم توجيه المحتوى و بالتالي فان رموز هذا المحتوى و بناءه لا يتفق مع الرموز المهيمنة في الخطاب الاجتماعي للطبقات المهيمنة.(3)

2-3- النظريات السلوكية و التأثير المباشر:

كان السؤال الحساس المتعلق بأساس الطبيعة البشرية هو: هل يتأثر إدراكنا بعوامل وراثية ؟ أم بعوامل بيئية ؟ أم بهما معا ؟ و قد أجاب عن هذا السؤال فرع جديد من فروع علم النفس هو "سيكولوجية التعلم" و قد تركزت اهتمامات الباحثين بصفة خاصة على كيفية تشكيل البنية الإدراكية و أنواع الاستجابات التي تصدر عن الشخص اتجاه بيئته الخارجية.(4)

إن العلاقة بين المثير و الاستجابة يمكن النظر إليها باعتبارها توفر لنا المناخ الأساسي لكل من عمليتي التعلم و الاتصال الذي قد يكون حادث معين في البيئة بحيث يكون له القدرة على التأثير في عضو الإدراك أو الإحساس بالكائن الإنساني و أن الاستجابة سوف تكون في صورة فعل صريح و علني و يمكن قياسه.(5) و تتضمن وجهة النظر العامة، أو الإطار العام الافتراضي بأن الكائن العضوي يعتبر في علاقة منظمة مع بيئته بحيث أن التغيير في حالة أحدهما سوف يترتب عليه نتائج متبادلة و تؤدي إلى استجابات متبادلة، و يعتبر الاتصال الإنساني من هذا المنظور العملية التي تربط الأفراد بعضهم البعض و البيئة التي يعشون فيها.(6)

إن هذه النظريات التي اهتمت بالسلوك الفردي في إطار ما يتعلمه الفرد من خبرات ناتجة عن التعرض إلى المثيرات البيئية و الاستجابة إليها بشكل آلي بتأثير العوامل البيولوجية العصبية و التي واكبت نظريات المجتمع الجماهيري و التركيز على الجانب الفردي في السلوك،و قد أثرت على رؤية الباحثين و

---

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سابق،ص.ص .156.
(2) طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق، ص. 83.
(3) محمد عبد الحميد، مرجع سابق،ص.ص156،157.
(4) حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص.198.
(5) السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدلي، الاتصال الاجتماعي و ممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،2003،ص.95،96.
(6) عبد الناصف يوسف شومان، ماهر عبد الوهاب الملاح،محمد مجد جاب الله عمارة،احمد محمد عليق، وسائل الاتصال و الخدمة الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية،2003،ص.193.

الخبراء في مجال الإعلام و الدعاية للفرد في جمهور وسائل الإعلام بوصفه فردا منعزلا يتأثر آليا بما يوجه إليه من رسائل إعلامية [1] و ذلك عن طريق العمليات الآتية:

-التدعيم و التعزيز: و هي العملية التي عن طريقها يتم مضاعفة قوة العادة أو الاستجابة التي سبق تعلمها، و يعتبر العقاب و المكافأة وسيلتين من وسائل التدعيم.[2]

-تداعي المعاني (التزامن) : فالفرد يستجيب شرطيا لمثير متزامن مع آخر، تستدعي الاستجابة السلوكية كلما حدث هذا الأخير.

-المحاكاة: عادة ما يكتسب الأفراد الكثير من السلوكات من خلال ملاحظة المراكز أو الشخصيات القائمين بدور داخل الجماعات، و يميل الكثيرون إلى تفسير المحاكاة في إطار التعزيز على أساس أن الفرد يميل إلى المحاكاة لأنه يرضيه أن يتصرف بطريقة أصحاب المراكز أو الشخصيات التي يقترحها الإعلام.[3]

من مظاهر التأثير بهذه النظرية في مجال النموذج السيكولوجي نجد مايلي:

2-3-1- نظرية التأثير المباشر:

كانت الدعاية أحد أهم العوامل الهامة في تأكيد الاعتقاد البالغ في قوة تأثير وسائل الإعلام و قدرتها على تشكيل الرأي العام و التأثير في أفكار الجماهير و اتجاهاتهم. و من هنا ظهرت عدة نظريات ترى في قوة وسائل الإعلام أنها غير محدودة و يطلق عليها "نظرية الطلقة" في كتابات (ولبر شرام) أو الحقنة تحد الجلد في كتابات (دافيد بيرلو) أو "القذيفة السحرية" في كتابات (ميلفن دفلير).[4]

تقوم جل هذه النظريات التي تفترض أن لكل فعل رد فعل، وأن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة، واعتبرت هذه النظريات وسائل الإعلام منبها تتعرض له الجماهير و تستجيب له بشكل أو بآخر، كما تعتقد هذه النظريات بأن جمهور وسائل الاتصال عبارة عن مجموعة من الناس يتأثرون على إنفراد بوسائل الإعلام التي يتعرضون لها و أن رد الفعل إزاء وسائل الإعلام التي يتعرضون لها هو تجربة فردية أكثر منها تجربة اجتماعية. و تكمن افتراضاتها في أن الفرد يتلقى المعلومات من وسائل الإعلام مباشرة دون وجود وسطاء و أن رد فعل الفرد لا يعتمد على تأثره بالآخرين.[5]

إن هذه النظرية لم تصمد طويلا إذ أن عملية الاتصال عملية معقدة تخضع لمجموعة من العوامل المتعددة التي تتحكم في فعالية الرسالة الإعلامية، فليست كل رسالة يمكنها أن تكون مؤثرة و ناجحة، و لا يمكن كذلك أن ننظر إلى جمهور المتلقين ككائنات سلبية يمكن التأثير المباشر عليهم بمجرد حقنهم بالرسائل الإعلامية.[6]

---

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.169.
(2) هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص. 110.
(3) محمد عبد الحميد،مرجع سابق،ص.ص. 169،170.
(4) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص. 172.
(5) عاطف عدلي العبد، الاتصال و الرأي العام: الأسس النظرية و الإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص.198.
(6) صالح خليل أبو إصبع، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة ، دار مجدلاوي، الطبعة الخامسة، عمان، 2004 ،ص.125.

2-3-2- نظرية التأثير المحدود:

2-3-2-1-البعد الاجتماعي و التدفق على مرحلتين: لم تستقر كثيرا مفاهيم مثل "الطلقة السحرية" أو "الحقنة تحت الجلد" في أدبيات و بحوث الإعلام، لان العديد من النتائج الميدانية انتهت إلى أن هذا التأثير و إن كان موجودا إلا انه ليس بالقوة التي كانوا يتصورونها، و لكن هناك عوامل عديدة تدخل في إحداث التأثير أو الحد منه[1]، ففي عام 1940 أجرى مجموعة من الباحثين من جامعة كولومبيا دراسة في مقاطعة (Irie) أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية، و قد نشر "لارسفيلد" و "برلسون" و "جوديت" نتائج دراستهم و قد اقترحوا الفرضيتين التاليتين:

-إن وسائل الإعلام بدلا من أن تكون عامل تحويل للمعتقدات، فمن الأرجح بان تكون عامل تعزيز المعتقدات المدركة مسبقا.

-مهما كان لوسائل الإعلام من تأثير، فانه من الأرجح أن يتم تنقيتها عبر قادة الرأي ثم تنتقل إلى المجتمع.[2]

لقد كان الهدف من هذه الدراسة التعرف على الطرق التي تؤثر في تكوين الرأي العام و تغييره، و التعرف على دور وسائل الاتصال الجماهيرية.[3] و قد ظهرت فائدة هذه النظرية في مجالين أولها: أنها أشارت إلى أن الجمهور ليس عبارة عن أفراد منفصلين عن بعضهم و لكنهم متصلين ببعضهم من خلال قنوات متعددة. و الثاني: أن هذه الدراسة كانت بداية لدراسات أخرى على التصويت الانتخابي و قادة الرأي و انتشار المعلومات بين الأفراد.[4]

و سرعان ما تطورت فرضية انتقال المعلومات على مرحلتين إلى انتقال المعلومات على مراحل متعددة و ساهمت بحوث (روجز) و (شوميكر) حول قادة الرأي في هذا التطوير، فوفقا لهذه النظرية يكون تأثير وسائل الإعلام مجرد متغير يعمل مع و من خلال متغيرات أخرى في إحداث التأثير.[5] و كذلك أثبتت نظرية التدفق على مرحلتين أن من خصائص الأفراد في جمهور وسائل الإعلام الإنتماء و التفاعل الاجتماعي و ليس العزلة التي كان يتصف بها هؤلاء الأفراد من قبل.[6]

2-3-2-2- نظرية انتشار المبتكرات:

لقد حاول بعض الباحثين التوسع في مفهوم انتقال المعلومات على مرحلتين إلى شرح مفهوم انتشار المبتكرات عبر تدفق المعلومات على عدة مراحل، هذه النظرية ترى بان الاتصال لا ينتقل على مرحلتين، و لكنه يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال، و لا يتغير مفهوم قيادة الرأي في نظرية

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.175.
(2) صالح خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص.127.
(3) حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، مرجع سابق، ص.217
(4) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.176.
(5) عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص.201.
(6) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.177.

انتشار المبتكرات عن مفهومه في نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين.[1] و يعرض "روجرز" و "شوميكر" قائمة من التعليمات النظرية حول قادة الرأي و هي:[2]

-يتعرض قادة الرأي لوسائل الإعلام أكثر من أتباعهم.

-قادة الرأي أكثر ابتكاريه من أتباعهم، لديهم أفكار جديدة، و قدرة على ابتكار الحلول، و تبني المستحدثات أكثر من غيرهم.

-يحتل قادة الرأي مراكز اجتماعية متميزة أكثر من غيرهم مع وكلاء التغيير و المسؤولين.

- يحتل قادة الرأي مراكز اجتماعية متميزة أكثر من غيرهم نتيجة وضعهم العلمي أو الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو المهني.

-قادة الرأي أكثر انفتاحا على العالم.

-قادة الرأي أكثر مشاركة اجتماعية من أتباعهم و لهم دور اجتماعي متميز.

-حين تحبذ أوضاع النظام الاجتماعي التغيير، فان قادة الرأي يكونون أكثر ابتكاريه.

و يقتبس الباحثان "روجز" و "شوميكر" عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار من نموذج "ديفد برلو" و ذلك على النحو التالي:[3]

-المصدر: وهم المخترعون و العلماء و عوامل التغيير الاجتماعي و قادة الرأي.

-الرسالة: و هي الابتكار الجديد.

-الوسيلة:المقصود بها قنوات وسائل الإعلام.

-المستقبل:وهم أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.

-الأثر: و هو التغيير في الأفكار و الاتجاهات و السلوك.

2-4- نظرية المعايير الثقافية:

تشيرهذه النظرية إلى أن وسائل الاتصال تخلف من خلال ما تقوم بعرضه انتقائيا و ما تؤكد عليه من مواضيع بعينها و انطباعات معينة لدى جماهيرها بان هناك معايير ثقافية عامة تتصل بالموضوعات التي تؤكد عليها و إن هذه المعايير تقنن و تجدد بطرق خاصة، و من أجل هذا فإن السلوك الفردي غالبا ما يسترشد بهذه المعايير الثقافية، معنى ذلك أن وسائل الاتصال عندما تصور بعض الإنطباعات المتصلة بنوعية المعايير التي تحكم أو وضعا معينا أو وضعا للذات، فإنها تعمل بطريقة غير مباشرة على التأثير في السلوك.[4] فوفقا لنظرية المعايير الثقافية فان وسائل الإعلام لا تؤثر فقط و بطريقة مباشرة على الأفراد و لكنها تؤثر أيضا على الثقافة و حجم المعرفة و المعايير و القيم في المجتمع و كل الأفكار و

[1] خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص.ص.129، 130.
[2] حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، مرجع سابق، ص.220.
[3] نفس المرجع،ص. 254 ،255.
[4] سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث: النظرية و الثقافة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1994، ص.190.

الصور و السلوك، كما تقوم وسائل الإعلام في نفس السياق بوضع الأفكار و التصورات الممكنة و التقييمات التي يستطيع أفراد الجمهور أن يرسموا اختياراتهم السلوكية في إطارها.[1]

و تعتبر جماعات الانتماء هي الجماعة المرجعية التي يشارك فيها الفرد أعضاءها في الدوافع و الاتجاهات و يتمثل قيمهم و معاييرهم في سلوكه الاجتماعي،إن تحديد جماعة الانتماء أو الجماعة المرجعية يعني التعرف على كل المحددات الأساسية التي تشكل إطارا مرجعيا لأفرادها، و نتيجة لهذا الانتماء فان الفرد يوصف من خلال مفهوم كل الجماعات التي ينتمي إليها، و يترتب على ذلك وجود العديد من الأفراد يحملون نفس الصفات التي يستهدفها القائم بالاتصال. لقد أسهم تأثير المعايير الاجتماعية أو الثقافية كإطار مرجعي على تشكيل الاتجاهات و السلوك و كذلك في تقسيم جمهور وسائل الإعلام في فئات يجتمع لكل منها التشابه في تأثير الأطر المرجعية على المعرفة و الإدراك و بذلك ظهر مفهوم جمهور المتلقين الخاص الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور و ذلك في مواجهة جمهور المتلقين العام. هذا يشير إلى أن العلاقة بين استجابة الجمهور لما تذيعه أو تنشره وسائل الإعلام ليست علاقة مباشرة كما فسرتها نظرية التأثير المباشر القائمة على نظريات التعلم الكلاسيكي و لكن الاستجابة لا تتم إلا بعد تفاعل العديد من القوى الاجتماعية و النفسية الضاغطة على الفرد المتلقي.[2]

2-5- نظرية التأثير المعتدل لوسائل الإعلام :

هذه النظريات تهتم بالإجابة على الأسئلة الخاصة بقوة الفرد من جمهور وسائل الإعلام في مواجهة هذه الوسائل و محتواها، فالفرد يتعرض إلى هذه الوسائل و يختار من بينها بناء على قرار ذاتي عبارة عن محصلة لتفاعل العديد من القوى الداخلية و الخارجية التي تؤثر في هذا القرار.[3] ويمكن تصنيفها في:

2-5-1- نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فقد أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير و وسائل الإعلام و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون مفصل من وسائل الإعلام.[4]

و يرى هذا الاتجاه أن الأفراد يوظفون بفعالية مضامين الرسائل الإعلامية بدلا من أن يتصرفوا سلبا اتجاهها، و من ثم فان هذا المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية و التأثيرات على الجمهور و يفترض بدلا من ذلك أن الجمهور يستخدمون الرسائل لأمور كثيرة و تلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة في عملية التأثير.[5]

---

[1] حسني محمد نصر، مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل و الوسائل، الطبعة الثانية، مكتبة الفلاح، الكويت، 2008، ص.244.
[2] محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.218.
[3] نفس المرجع،ص.199.
[4] حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، مرجع سابق، ص.206.
[5] خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص.141.

و تأخذ نظرية الاستعمالات و تلبية الحاجات في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء بدلا من الرسالة، و تشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام لأن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل بدلا من التصرف سلبيا حيالها. و يفترض هذا المدخل إشباع الحاجات من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بالإضافة إلى هذا السياق يسعى هذا المدخل لما يأتي:[1]

-يستطيع أفراد الجمهور تحديد حاجياتهم و دوافعهم، و من ثم يختارون الوسائل و الرسائل الإعلامية التي تشبع تلك الحاجات.

-يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور في عملية الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

-يشارك أعضاء الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري بفعالية و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي متطلبات واقعهم.

-يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و التفاعل الاجتماعي و تنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

-تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد، فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام الجماهيري من خلال قنوات و وسائل أخرى.

كما يحقق منظور الاستخدامات و الاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:[2]

-السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال.

-شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال.

-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال.

فيما ترتكز العناصر المحورية لنظرية الاستخدامات و الاشباعات على العناصر الآتية:[3]

أ-افتراض الجمهور النشيط: حيث كانت نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد ترى أن الجمهور متلقي سلبي، لكن مع ظهور مدخل الاستخدامات و الاشباعات برز مفهوم الجمهور النشيط الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب إليه و يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى، و يعرف ذلك بالانتقاء النسبي أو توقع المكافأة، و هو الموازنة بين قدر الإشباع الذي يتحصل عليه الفرد في مقابل المجهود المبذول للحصول على هذا الإشباع.

ب-الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال: فالأفراد لا يتعاملون مع وسائل الاتصال بوصفهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي و إنما بوصفهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة و بذلك فالعوامل الديموغرافية و الاجتماعية لها تأثيرها في استخدام أفراد الجمهور لوسائل الاتصال.

---

(1) منى سعيد الحديدي، عاطف العبد، أيمن منصور ندا، استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و تأثيراتها فيهم: دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، القاهرة، 2006، ص38،39 .

(2) منى سعيد الحديدي، عاطف العبد، أيمن منصور، مرجع سابق، ص.40.

(3) نفس المرجع،ص.38.

و يرجع الفضل الى "إليهو كاتز" في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس و زيادة الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل، فمنذ ذلك الحين تم إدراك جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارهم ناشطين و يختارون التعرض للوسائل التي تلب حاجاتهم و المضمون الذي يتفق مع توقعاتهم، و يرى "بلومر" أن عنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي و الانتقائية و الأذواق و الاهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام. و في نفس السياق يؤكد "ريتشارد هارتس" بان تأثير وسائل الاتصال يتم بناء على الفروق الفردية، حيث يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة كما يتباينون في طبيعة استجاباتهم لها.[1]

ج–دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال:[2] هناك أنواع عديدة لدوافع التعرض لوسائل الاتصال و تقسم دراسات الاتصال دوافع التعرض الى فئتين هما:

–دوافع نفعية: و تستهدف التعرف على الذات و اكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات و جميع أشكال التعلم بصفة عامة و التي تعكسها نشرات الأخبار و البرامج التعليمية و الثقافية.

–دوافع طقوسية: و تستهدف تمضية الوقت و الاسترخاء و الصداقة و الألفة مع الوسيلة و الهروب من المشكلات و تنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية، مثل المسلسلات، الأفلام، المنوعات و برامج الترفيه المختلفة.

د–اشباعات وسائل الاتصال:[3] يتم وفقا لمدخل الاستخدامات و الاشباعات و صف جمهور يختار من بين وسائل الاتصال و من المضامين التي تقدمها ما يشبع حاجاته و يلبي رغباته بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات (Gratifications) و يرى "سوانسون" إمكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباعات المتحققة، فبرامج الدراما و الترفيه و الممنوعات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس، أما برامج الأخبار و المعلومات فتحقق إشباع مراقبة البيئة.

و يقوم الإعلام بتحقيق ثلاثة تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليه هي:[4] التأثيرات المعرفية، التأثيرات العاطفية والتأثيرات السلوكية.

حيث توصلت "هرتا هيرزوج" في دراستها لأسباب استماع الناس إلى الراديو إلى ثلاثة أسباب هي: التعويض، تحقيق الرغبة و النصيحة. بينما توصل "مارك ليفي" من تصنيفه لاستعمالات و اشباعات مشاهدة التلفزيون إلى خمسة مجالات هي: مجال التسلية، مجال المراقبة و إعادة الاطمئنان، مجال التوجيه المعرفي، مجال الاستياء و مجال التوجيه العاطفي.

---

(1) حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، مرجع سابق، ص، ص 210، 211.
(2) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص، ص.246، 247.
(3) منى سعيد الحديدي، عاطف العبد، أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص.42.
(4) عاطف عدلي العبد، الاتصال و الرأي العام، مرجع سابق، ص.ص203، 204.

و يوجد نوعان من الاشباعات هما:[1]

أ- اشباعات المحتوى: و تنقسم بدورها إلى:

-اشباعات توجيهية و تتمثل في الحصول على المعلومات و تأكيد الذات و مراقبة البيئة، و هي اشباعات ترتبط بكثرة التعرض و الاهتمام بالوسائل و الاعتماد عليها.

-اشباعات اجتماعية و هي ربط المعلومات التي تحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

ب- اشباعات عملية: و تنقسم الى نوعين

-اشباعات شبه توجيهية: و تتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر و الدفاع عن الذات و تنعكس في برامج التسلية و الترفيه و الإرشاد.

-اشباعات شبه اجتماعية و تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام و تزيد من ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و زيادة إحساسه بالعزلة.

يرى أصحاب هذا الاتجاه وجود بعض العوامل الاجتماعية و النفسية التي تولد حاجات الفرد الذي يبدأ في توقعه عن مدى تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة مع وسائل أخرى تدخل في المنافسة، كما يركز هذا الاتجاه على المشكلات التي تؤثر في سلوك الفرد و يحتاج إلى حلول لها و تكون عملية البحث عن حلول قوة دافعة للتعرض لوسائل الإعلام، و بذلك تؤدي المشكلات من ناحية و الحاجات من ناحية أخرى إلى التعرض للوسائل المختلفة لإشباع الاحتياجات أو حل المشكلات.[2]

2-5-2- نظرية ترتيب اهتمامات جمهور المتلقين:

تهتم بحوث ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام و الجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية التي تهم المجتمع.[3] أي إعداد جدول للأحداث التي تهم المجتمع و ترتيبها و يعتبر "ماك كومب و شاو" من روادها الأوائل، حيث يرى أصحاب هذه النظرية بان هناك علاقة بين النظام التمرتبي (Hiérarchique) للمعنى المعطى لنفس المشاكل.[4] و بمعنى آخر فان الإعلاميين يلعبون دورا هاما في تشكيل حياتنا الاجتماعية، حينما يمارسون دورهم في اختيار و عرض الأخبار علينا و ترتيب الأولويات فيها، أي أن الأولويات التي تفرضها وسائل الإعلام على الجمهور تكون هي نفس الأولويات لدى الجمهور، ذلك أن وسائل الإعلام تقوم بوضع الأجندة للجمهور و هكذا فان وظيفة وضع الأجندة للاتصال الجماهيري تتمثل في مقدرتها على التأثير في

[1] منى سعيد الحديدي، عاطف العبد، أيمن منصور ندا، مرجع سابق،ص.42.
[2] عبد الرحيم درويش، دراسات في الاتصال، دار المعرفة الجامعية مصر، 2006، ص.104.
[3] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص.288.
[4] دليو فضيل، الاتصال ، مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله ، مرجع سابق،ص.36.

تغيير المعرفة عند الأفراد و تقوم ببناء تفكيرهم، هنا يكمن أهم تأثير لوسائل الاتصال، و هو مقدرتها على ترتيب العالم و تنظيمه عقليا لنا.[1]

لقد تميزت نظرية وضع الأجندة بثلاث سمات أساسية هي:[2]

-النمو المستمر والمنتظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الاهتمام بها منذ سنة 1972 حتى اليوم.

-قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت مضلة وضع الأجندة.

-قدرتها على توليد قضايا بحثية و أساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف و المتغيرات الاتصالية.

كما تقوم هذه النظرية على المقولات الأساسية الآتية:[3]

-إن وسائل الإعلام قد لا تنجح كل الوقت في تعريف الناس "كيف يفكرون" و لكنها تنجح بكفاءة في تعريف الناس "فيما يفكرون".

-إن الفرد الذي يعرض نفسه لأجندة وسيلة إعلامية معينة سوف يكيف إدراكه للأهمية المعطاة للقضايا المعروضة في اتجاه يتفق و حجم الاهتمام الممنوح لهذه القضايا في الوسيلة المستخدمة.

-يختلف الوضع التأثيري لوضع الأجندة عن التأثير الاقناعي التي تضمنته نظرية الحقنة تحت الجلد التي تحذر من دور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات العامة للناس، فالتأثير المتميز لوضع الأجندة يفترض تركيز الاهتمام العام حول قضايا معينة و تحديد الأهمية التي يمنحها الجمهور للموضوعات العامة، فوسائل الإعلام تتسم بالذيوع و الانتشار و لكنها ليست بالضرورة أداة إقناع في كل الحالات.

تؤثر وسائل الإعلام بشكل مباشر و قوي على الرأي العام، إلا أن طريقة استخدام الناس لوسائل الإعلام تؤثر في دور وسائل الإعلام و تأثيرها على القضايا العامة، حيث تتضمن عملية وضع الأجندة ثلاثة اتجاهات بحثية متميزة هي:[4]

الاتجاه الأول: وضع أجندة الجمهور و تتخذ من أولويات اهتمامات الجمهور متغيرا تابعا لها، و قد بدا هذا الاتجاه البحثي على يد "ماك كومب و شاو" سنة 1972.

الاتجاه الثاني: وضع أجندة السياسة العامة و تتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة و دوائر وضع القرار متغيرا تابعا لها، بينما تمثل أولويات اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل.

الاتجاه الثالث: وضع أجندة وسائل الإعلام و تتخذ من أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيرا تابعا.

---

(1) خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص.145.
(2) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الاعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام،عالم الكتب،الطبعة الأولى،القاهرة،2008 ،ص.181.
(3) حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، مرجع سابق، ص.ص 120. 121.
(4) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الاعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام ، مرجع سابق،ص .183.

و يتضح من هذه الاتجاهات الثلاثة الثراء الذي تتميز به نظرية وضع الأجندة ، إذ ساهمت في إجراء الدراسات ذات الطبيعة البينية و أوجدت أرضية مشتركة بين علوم الاتصال الجماهيري و علم السياسة و الاجتماع و علم النفس.[1]

و لدراسة قوة الأجندة السياسية الممكنة للتأثير على الناس الذين يشاركون في الأنشطة السياسية يقسم "كوب و إيلدر" ترتيب الأولويات إلى نوعين:[2]

أ- الأجندة المنتظمة ويعزوانها إلى مجموعة عامة من الاختلافات السياسية التي تقع في مدى الشرعية و التي تتعلق باستحواذ اهتمام الجمهور .

ب- الأجندة المؤسساتية و يضعها أصحاب القرار في مؤسسة ما و هي عبارة عن مجموعة من الموضوعات المبرمجة لسبب جاد و فعال، و تلعب وسائل الإعلام دورا هاما في تصعيد مجموعة قضايا من الأجندة المؤسساتية لتصبح ضمن الأجندة المنشطة، و هناك فرصة لعودتها مرة أخرى إلى الأجندة المؤسساتية، إلا أن هناك عوامل مؤثرة في وضع الأولويات، حيث يتأثر ترتيب الأولويات بمجموعة من المتغيرات الخاصة بطبيعة القضايا من حيث هي ملموسة أم مجردة، و درجة فضول الجمهور نحو القضايا، و أهمية القضايا و الخصائص الديموغرافية للجمهور، و مدى استخدام الاتصال المباشر و توقيت إثارة القضية، و نوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة، و المدى الزمني المطلوب لإحداث التأثير.[3] و في الأخير يرى "دينس ماكويل" أن هذه النظرية لها حدود و اتصال من زوايا عديدة بمداخل أخرى ليست واضحة بما فيه الكفاية (نظرية الاستخدامات و الاشباعات مثلا) و بالتالي عدم كفايتها كنظرية و مرشد في البحث.[4]

2-6- نظرية التفاعلية الرمزية:

تعتبر كرد فعل على النظريات الوظيفية –البنوية التي هيمنت لفترة طويلة على المشهد السوسيولوجي، لقد سعت التيارات التي تجمعت حول السوسيولوجيا التفسيرية (التفاعلية الرمزية و الفينومينولوجيا الاجتماعية و المنهجية المعرفية)، التي نشأت في الولايات المتحدة و بريطانيا بدءا من الستينات إلى سد الفجوة القائمة بين السوسيولوجيات المهتمة بالإجراءات الصغرى (Micro) و بما يسمى بالسوسيولوجيات البنيوية التي تدرس القيود الاجتماعية الخارجة عن الفرد و ترسخ أولوية المجتمع على الشخص و البنية على الممارسات.[5]

و يتفق علماء الاجتماع و علماء النفس الاجتماعي على أن الاتصال لم يكن ممكنا دون الاتفاق على معان موحدة للرموز الموجودة بالبيئة. و يترتب على هذا الاتفاق تشابه الاستجابات بين الناس، فيزداد التفاعل بينهم بازدياد خبراتهم الاتصالية المرتبطة بادراك هذه الرموز و معانيها. و لذلك تهتم نظرية التفاعلية

(1) بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الاعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام ، مرجع سابق ،ص ،ص.183.
(2) خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص.ص 146،147.
(3) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص.293.
(4) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.276.
(5) ارماند ماتيلار، ميشليه ماتيلار ، مرجع سابق،ص141.

الرمزية بطبيعة اللغة و الرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز و المعاني التي يبنيها الفرد للأشياء و الأشخاص و المواقف، و بالتالي نجد أن الأفراد يرسمون صورا للواقع من خلال نظام خاص للرموز و المعاني يكتسبه الفرد في العمليات الاتصالية المتعددة.[1]

إن هذه النظرية تهتم أساسا بعملية التفاعل الاجتماعي القائم على الرموز و تركز بشكل مباشر على الاتصال، و يعتبر "جورج هيربرت ميد" و "تشارلز كولي" هما واضعا الأسس لهذه النظرية التي أصبح لها تأثيرا كبيرا و بديلا لكل من البنائية الوظيفية لمدخل النسق الاجتماعي.[2]

لكن ظلت التفاعلية الرمزية حتى السبعينات و الثمانينات مستبعدة من أبحاث الاتصال الجماهيري و يرجع ذلك إلى اعتماد "جورج هيربرت ميد" على تفسير التفاعل و تغاضيه عن الوسيلة.[3] وقد أعد "ميشل سولمون" ملخصا لعمل "ميد" عن مدى أهميته في البحث الإعلامي و يتركز في مايلي:[4]

– أن يتم تعليم الرموز الثقافية من خلال التفاعل، حينئذ تكون الوسيلة أداة تفاعل.

–تنطوي المعاني المشتركة للناس على وسائل ثقافية يتعلمها الأفراد و بالتالي تكون قادرة على التنبؤ بسلوكيات الآخرين في هذه الثقافة.

–التأكيد على أهمية العوامل الاجتماعية في تشكيل الذات، حيث تتحدد إلى حد كبير من خلال التفاعل مع البيئة.[5]

و لما كانت وسائل الاتصال تشكل إحدى العمليات المركزية التي يحصل الناس عن طريقها على فهم ذاتي للحقيقة الموضوعية مع تزايد استخدام هذه الوسائل في حياة الأفراد، يصبح الدور الذي تلعبه في بناء الواقع الاجتماعي أكثر أهمية و يلخص "دفلير" و "روكيتش" العلاقة بين الواقع الاجتماعي و المعرفة و السلوك و النظام الاجتماعي على النحو التالي:

–هناك واقع نعيش فيه (موضوعي و غير موضوعي) لم يتفق عليه العلماء حتى الآن.

–يكون الأفراد صورا ذهنية للواقع الاجتماعي سواء أكانت عن طريق الاتصال الشخصي أم وسائل الإعلام.

–يفسر كل فرد الواقع الاجتماعي بطريقة ذاتية فيها الخصائص الشخصية و الاجتماعية.

–تحدد التفسيرات الذاتية السلوك الشخصي للفرد.

–يتحكم النظام الاجتماعي في نماذج السلوك الشخصي من خلال القيم و المعايير الاجتماعية المطلوبة و غير المطلوبة.

(1) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص247.
(2) السيد عبد الحميد عطيه، محمد محمود مهدلي، مرجع سابق،ص110.
(3) طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق،ص.60.
(4) نفس المرجع ص.61.
(5) حسن عماد مكاوي،ليلى حسين السيد،مرجع سابق،ص.ص145، 147.

لقد أصبحت علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام و الاتصال الفردية و الجماعية أكثر قوة خاصة عندما تكون البيئة الاجتماعية غامضة أو سريعة التغيير، فالغموض هو إما عجز عن تحديد موقف أو الاختيار بين تحديات متعارضة لموقف ما. وفقا لهذه الظروف تكون المعرفة مسألة مشكوك فيها لأن الغموض أساسا في المعلومات، فالأشخاص تنقصهم المعلومات الكافية لخلق معان ثابتة للأحداث. و في تلك الحالات لا يستطيع زعماء الرأي أو الأفراد أن يراقبوا و يختبروا الأحداث التي نسعى إلى فهمها بصورة مباشرة، فتصبح وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيرية هي نظام المعلومات الرئيسي الذي لديه المصادر لخلق المعاني.[1] و قد تعددت البحوث التي تناقش دور وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية و يقوم هذا الدور على عدد من الفروض أهمها:[2]

-تعاظم دور وسائل الإعلام بحيث أصبحت تتصدر الأدوار الخاصة بنشر المعلومات أو توزيع المعرفة.

- لا تتفق في حالات كثيرة المعلومات أو المعارف مع الواقع الاجتماعي.

-نظرا لتعاظم دور وسائل الإعلام في مجال نشر الحقائق، فإن الأفراد في المجتمع يعتمدون عليها في رسم الصور الذهنية لهذه الحقائق وبناء المعنى دون بذل جهد لمقارنة هذه الصور الذهنية مع الواقع الحقيقي.

- تأثير التراكم في النشر و الإذاعة مع مرور الوقت فان هذه الحقائق التي تنشرها وسائل الإعلام تتحول إلى حقائق اجتماعية يتفق الأفراد على رموزها و معانيها بتأثير التفاعل الرمزي.

- أساليب التحليل الثقافي تمكن من الاستدلال على هذه الحقائق التي تسهم بعد مرور الزمن في عمليات التغيير في المجتمع.

أما منظور علم الظاهرات أو الفينومينولوجية، فنستطيع أن نجده بوجه خاص في أعمال "الفريد شوتز" هذا المدخل يتناسق مع التفاعلية الرمزية و يقترب من الرأي القائل بان فعل الاتصال يعتبر نشاطا تلقائيا ذاتيا،لقد حاولت النظرية الفينومينولوجية استخدام وسائل الإعلام في تفسير واقع الحياة اليومية، حيث تهتم بدراسة المعاني و الخبرات المشتركة بين الأفراد في المجتمعات بوصفها أساسا للحياة الاجتماعية، تعد هذه النظرية هامة للباحثين المعنيين بضرورة اندماج الرسالة الإعلامية في المجتمع، حيث تكمن الوظيفة الأساسية للإعلام في التعبير الموضوعي للواقع الاجتماعي، و بحث احتياجات الناس و التعبير عن قضاياهم.[3] في هذا الإطار تعد اللغة في جوهر الاتصال، إذ توجد علاقة وثيقة بين تركيب اللغة و بين طريقة استخدام الناس لهذه اللغة لإثارة المعاني في داخلهم، و يتألف علم اللغات من ثلاث ميادين تساعد على فهم كيفية استخدام الشعوب للاتصال و نقل المعاني، أولها دعم دراسة الأصوات و تستخدم لتركيب الكلمات، و الثاني يهتم بأساليب تركيب الجمل لنقل معان أكثر مما تحمله كل كلمة بمفردها، و الثالث ميدان تطور الدلالات أو الارتباط بين الكلمات و الرموز الأخرى و ما تشير إليه من معان.[4] و عادة ما تثير وسائل الإعلام و الاتصال الكثير من المعاني في المجتمع و تحتدم الأمور بشان تفسيراتها و تأويلاتها.

---

[1] مي العبد الله، مرجع سابق،ص.ص 244،245.
[2] محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.ص 254، 255.
[3] طه عبد المعطي نجم، مرجع سابق،ص.ص 64، 66.
[4] حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق،ص.ص 149، 150.

و بوجه عام فان نتائج الاتصال تبدو في انتشار كثير من الرموز و كذلك حدوث تغيير في التوزيع الاجتماعي للمعرفة، و هكذا فان بناء المجتمع يعتبر نتاج لأفعال متعددة و متنوعة و أيضا نتاج لعمليات الاتصال، كذلك أن النموذج الظاهراتي يؤكد على العلاقات الاتصالية من ناحية ، و من ناحية أخرى فان الأفعال الاتصالية لا يمكن أن تكون بعيدة عن الواقع سواء كانت هذه الأفعال أفعال إرسال أو استقبال، و أن جميع صور الاتصال الممكنة تفترض مسبقا وجود علاقة توافقية متبادلة بين المرسل و المستقبل و تقوم علاقة توافقية متبادلة بينهما هذه العلاقة تبنى عن طريق المشاركة المتبادلة مع خبرات الآخرين المتلقين.[1]

2-7- نظرية الغرس الثقافي:

تعد نظرية الغرس الثقافي مدخلا يفسر الآثار الاجتماعية و المعرفية لوسائل الإعلام بصفة عامة. و يرى "جورج كريبنر" أن الإنماء أو الغرس هو ما تفعله الثقافة في مجتمع ما، فالثقافة هي الوسيلة الأساسية التي تعيش فيها الإنسانية و تتعلم. فهي عبارة عن نظام من الرسائل و الصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية و تعيد إنتاجها، فهي تقدم لنا طبيعة الأدوار التي ينبغي أن نقوم بها من خلال: النوع، العمر، الطبقة الاجتماعية و المهن، فالثقافة عبارة عن تنظيم رمزي تنمي لدينا مفاهيم للخبرات و الأولويات و القيم و العلاقات نستنبط من خلالها المعايير السائدة لما هو مهم و ما هو قليل الأهمية.[2] يؤيد ذلك ظهور " نظرية الغرس" في السبعينات من القرن الماضي، التي يؤكد أصحابها أن وسائل الإعلام تقوم بغرس عالم وهمي في ذهن المتلقي، الذي يقوم بدوره بتقبل هذه الصورة على أنها تعبير حقيقي للواقع، لكونه غير واعي بعملية صنع هذا الواقع بل أن وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية و ذلك بقضاء الساعات الطويلة أمام شاشة التلفاز، في هذا الصدد يقول المفكر "ناعوم تشوميسكي" أن الولايات المتحدة ممثلة في شركاتها الكبرى المتعددة الجنسيات تسيطر على العالم و تسيره كيفما تشاء و تخطط مستقبله وفقا لأهوائها دون اعتراض يذكر.[3]

و تمثل نظرية الغرس جزءا من مشروع بحثي أوسع أطلق عليه اسم "المؤشرات الثقافية" أجري وفق ثلاث مراحل هي: فحص و دراسة السياسات الإعلامية الموجهة لتدفق المضمون الاتصالي، تحليل دقيق و مفصل للدراما التلفزيونية و دراسة التأثيرات الناتجة عن التعرض المكثف لعالم التلفزيون.[4] كما تعد تطبيقا للأفكار الخاصة بعملية بناء المعنى، و تشكل الحقائق الاجتماعية من خلال الملاحظة و الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام، حيث تؤكد فكرة قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد و

---

(1) السيد عبد الحميد عطيه، محمد محمود مهدلي، مرجع سابق، ص.117.
(2) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص.301.
(3) عبد العزيز حمد عبد الله الحسن، وسائل الإعلام و الإعلان.: وصف نظري للعلاقة و التأثير، مجلة عالم الاقتصاد، العدد 168، الكويت، 2006، ص.121. و في هذا الصدد نشير إلى أن الولايات المتحدة تمتلك اليوم 56 % من بنوك المعلومات في العالم بينما تعود نسبة 27 % منها إلى دول الاتحاد الأوروبي، و12% إلى اليابان، فيما تبقى نسبة 1% لدول العالم النامي مجتمعة.(نفس المرجع).
(4) بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام، مرجع سابق .ص.111.

إدراكهم للعوالم المحيطة بهم خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة.[1]

و بناء على هذا فان نموذج الغرس الثقافي يقوم على المبادئ التالية:[2]

-تحدث وسائل الاتصال الجماهيري آثارا قوية على إدراك الناس للواقع و خاصة الأشخاص الذين يتعرضون لهذه الوسائل لفترات طويلة.

-يركز النموذج على دور التلفزيون - إلا انه لا يهمل الوسائل الاعلامية الأخرى- في تنمية الصور الذهنية، حيث يقدم التلفزيون نفس الصور الذهنية عن مختلف مناحي الواقع الاجتماعي.

-يركز النموذج على دراسة التأثير التراكمي للمواد التلفزيونية.

-إن أي اختبار لفرضية الغرس يتطلب قياس متغيرين هما: الغرس و التعرض للتلفزيون أو أية وسيلة اعلامية أخرى.

-ميز النموذج بين كثيفي التعرض و قليلي التعرض و فرق بين أثر الغرس لدى كل منهم.

أما المفاهيم الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس فهي:[3]

-الاتجاه السائد: و حددها "كريبنر" في التلاشي، التآلف والتحول و يعني بذلك أن تتلاشى أثر الاختلافات التقلدية بين الأفراد و تتآلف صورة الواقع لديهم مع صورة الواقع كما يعرضها التلفزيون، ثم تحول الاتجاه السائد بحيث يعبر عن المصالح المؤسسية لوسائل الإعلام و القائمين عليها، و بناء على هذا فالاتجاه السائد يعني أن الاختلافات أو الفروق بين الأفراد التي يمكن إرجاعها إلى العوامل الثقافية أو الاجتماعية تتجه إلى التلاشي و الاختفاء و يقل ظهورها لدى كثيفي المشاهدة و يوجد الدليل الأمبريقي القائل بان التلفزيون يغرس رؤى عامة بين مشاهديه، فهو يمتص وجهات النظر المتعارضة و يستبدلها برؤى متجانسة.

-التردد (الصدى و الرنين) : هو الموقف الذي يؤدي فيه إدراك الفرد المباشر للبيئة الحقيقية إلى زيادة تأثيرات الغرس بالنسبة إلى المواقف المشابهة التي يتم عرضها تلفزيونيا، فعندما يتطابق ما يراه الأفراد في عالم التلفزيون مع إدراكهم للواقع و يتوافق معه فإنهم يصبحون و كأنهم تعرضوا لجرعة ذات فاعلية من الرسائل الاتصالية و تزيد من حدوث تأثيرات الغرس لديهم. لقد انتهى " كريبنر " إلى نتيجة أساسية في مجال نظرية الغرس الثقافي مفادها ان الغرس يعمل في اتجاه الضبط و الاستقرار الاجتماعي و تنشئة المجتمع وفق معايير و سلوكيات محددة و يرتبط هذا التأثير بتدعيم الأوضاع القائمة، فالاتصال الجماهيري أو الإنتاج الجماهيري للبيئة الرمزية، يعكس القوة السياسية و الثقافية في المجتمع و هي نوع القوة التي تنتج نوع المعلومات و الرسائل التي تغرس أو تزرع الوعي الجمعي.[4]

---

[1] محمد عبد الحميد مرجع سابق، ص.262.
[2] حسن عماد المكاوي، سامي الشريف، مرجع سابق، ص.ص.114، 115.
[3] منى سعيد الحديدي، عاطف عدلي العبد، ايمن منصور ندا، مرجع سابق،ص.ص.32، 33.
[4] بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام، مرجع سابق،ص.112، 113.

و لعل أبرز صور النقد الحديث لهذه النظرية تمثلت في أنها:[1]

-تجاهلت متغير الدوافع، حيث أن "جورج كريبنر " لم يقم بالتفرقة بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية و الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة انتقائية نشطة و هنا يصبح الغرس متغيرا تابعا لمتغير الدوافع و ليس التعرض للتلفزيون.

-لم تتحكم بدقة كافية في كل المتغيرات كما أوضحه "هيرش".

-أظهرت معظم بحوثها ضعف معاملات الارتباط و هو ما يدل على ضعف العلاقة بين المشاهدة و تأثيرات الغرس أو عدم وجودها أصلا.

- ركزت على التأثيرات أكثر من تركيزها على عملية التأثير نفسها، أي أن هذه البحوث تهم بنتائج الغرس أكثر من اهتمامها بالعملية الميكانيكية التي تتم من خلال الغرس.

-شكك كثيرون في امكانية حدوث الغرس في أي مكان آخر غير الولايات المتحدة الأمريكية و ذلك لان استخدام التلفزيون و محتواه يكون مختلفا عادة. فلم يجد كل من "زوير" (1978) في انجلترا، و "دوب و ماكدونالد" (1979) في كندا، و "هيدنيوس" (1981) في السويد و "بوومان" (1984) في هولندا تدعيما لفروض الغرس.

2-8- نظرية دوامة أو تدعيم الصمت:

تعد هذه النظرية واحدة من النظريات التي تؤكد على قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام و هي تهتم برصد آثار وسائل الإعلام على المجتمع. و قد طورت هذه النظرية الباحثة الألمانية "اليزابيت نويل-نيومان"عام 1974، حيث ترى بأن عملية تكوين الرأي العام باعتبارها عملية دينامية، تتداخل فيها عوامل نفسية و اجتماعية و ثقافية و سياسية، بالإضافة إلى دور وسائل الإعلام كدور محوري في تكوين الاتجاه السائد حول القضايا المثارة في المجتمع.[2] و كشفت بأن العودة إلى قوة وسائل الإعلام لها تأثيرات قوية على الرأي العام و قد تم التقليل من شأنها في الماضي بسبب قيود منهجية لذا طالبت "نيومان" بضرورة القيام بأبحاث المدى خارج المختبر لدراسة تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري إذ تتحرى هذه الأبحاث ثلاثة متغيرات أساسية تساهم بشكل مباشر في تأثير وسائل الإعلام و هي:[3]

-التأثير التراكمي من خلال التكرار: فتكرار الرسالة و تشابهها يؤدي إلى التأثير على المتلقين.

-الشمولية: فوسائل الإعلام تسيطر و تحاصر الإنسان، لذا يصعب على المرء الهروب من رسائلها.

---

(1) نظرية الغرس الثقافي أنظر الموقع: http// uqu.edu.sa/page/ar/180863

(2) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص.279،280.

(3) خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص.149.

-التجانس (التوافق): أي أن هناك اتفاق و انسجام بين القائمين بالاتصال و المؤسسات التي ينتمون إليها ما يؤدي إلى تشابه توجهاتهم و القيم الإعلامية التي تحكمهم و يؤدي ذلك إلى أن الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام المختلفة تبدو متشابهة و متسقة مما يزيد من قوة تأثيرها على المتلقين.

و تقوم هذه النظرية على فرض أساسي هو أن معظم الناس يخافون بطبيعتهم من العزلة و أن خوفهم هذا يجعلهم يتبعون الأغلبية في محاولة للتوحد معهم، حتى لو كان ذلك على حساب إخفاء أرائهم التي تختلف مع وجهة نظر الأغلبية في محاولة للتوحد معهم و بالتالي التزام الصمت ، هذا الصمت سيتزايد التمسك به مع تصاعد تأييد وسائل الإعلام لوجهات نظر الأغلبية و الإعلان عنها و بالتالي فان الأقلية الصامتة ستفضل الالتزام بالصمت بدلا من الإحساس بالعزلة عن الآخرين الذين يمثلون الأغلبية في وسائل الإعلام، و مع هذا الدور المهيمن لوسائل الإعلام فان ذلك يدعم الاعتقاد بالتأثير اللامحدود لوسائل الإعلام و قوتها و يقصي تأثير الإدراك الانتقائي، إلا أن هذه النظرية تعرضت لعدة انتقادات أهمها:[1]

-قلة صدقها الامبريقي، حيث أن مفهوم الأقلية الصامتة غير دقيق و لا يمكن تعميمه.

-التشكيك في صحة افتراض اتساق و تكرار المضامين الإعلامية للوسائل بمعزل عن المؤثرات الأخرى.

-هناك من يرى بأن عمل وسائل الإعلام بهذه الطريقة سوف تؤدي إلى إضعاف المجتمع، لأنها تقف حائلا ضد التدفق الحر للمعلومات و في الأخير فان هذه النظرية أعطت سندا للفكر النقدي في توظيف وسائل الإعلام و استغلال قوتها المؤثرة في دعم الواقع الراهن و الاتجاه السائد لصالح الفئات التي تقوم بالسيطرة و الهيمنة على وسائل الإعلام في المجتمع.[2]

2-9- نظرية فجوة المعرفة:

تعتمد هذه النظرية على الفرض التالي: يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذوي المستوى الاقتصادي و الاجتماعي المنخفض، و بالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان.[3] إذ يفترض الباحثان "تيتشنور و اولين" (1970) بأن زيادة تدفق المعلومات في المجتمع يؤدي إلى تأثيرات سلبية، إذ تزيد المعرفة داخل جماعات محددة أكثر من غيرها مما يؤدي إلى زيادة المسافة بين الجماعات المختلفة داخل المجتمع الواحد و في حجم المعرفة.[4]

و يرى "تيتشنور" و زملاءه أن هناك خمسة أسباب لإمكانية حدوث الفجوة المعرفية:[5]

- تباين المهارات الاتصالية بين الطبقات (تباين في التعليم، القراءة، الحديث و التذكر).

---

(1) دليو فضيل، الاتصال ، مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله ، مرجع سابق، ص.39.
(2) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.ص. 292،294..
(3) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص.339.
(4) حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص.248.
(5) محمد عبد الحميد، مرجع سابق ، ص.297،298.

– تباين قدر المعلومات المخزنة (الخلفية المعرفية السابقة)، فالطبقات الأعلى ربما تكون قد اكتسبت المعرفة حول موضوعات ما خلال مراحل التعليم أو التعرض السابق لوسائل الإعلام.

– أهمية التواصل الاجتماعي لدى الطبقات الأعلى بفعل تعرضها إلى المناقشات حول الشؤون العامة و الأخبار العلمية.

– طبيعة وسائل الإعلام نفسها و التي يتجه أكثر إلى الطبقات الأعلى.

و حاليا يتم تطبيق نظرية فجوة المعرفة على مستويين رئيسيين:[1]

– المستوى الفردي الضيق: و يتضمن اكتساب الفرد للمعرفة من وسائل الاتصال، و يتحكم في ذلك الفروق الفردية، مهارات الاتصال، القدرة المعرفية و مستوى الاهتمام.

– المستوى المجتمعي الأشمل: و تشمل طبيعة البناء الاجتماعي و المتغيرات المرتبطة بالمجتمع.

كما تعتمد بحوث فجوة المعرفة على قياس مجموعة من المتغيرات لعل اهمها:[2]

المستوى الاجتماعي الاقتصادي، المستوى التعليمي، درجة الاهتمام بالموضوع، حجم التعرض لوسائل الاتصال، مدى الاستغراق في التعرض، درجة الدافعية، الخبرة الشخصية ، طبيعة القضية، كثافة التغطية الاعلامية و المتغيرات الديموغرافية.

2-10- مدخل بناء الرسالة الاعلامية و استراتجيات الاقناع:

يرتبط الإقناع في أدبيات الاتصال ببناء الرسالة الإعلامية بالدرجة الأولى و أسلوب تقديمها و على الرغم من وجود تأثيرات لعناصر أخرى في عملية الاتصال، إلا أن الرسالة و خصائصها تظل هي المتغير الأساسي و الحاسم في تحقيق هدف الإقناع و في الحصول على استجابة، إذ يعتبر تخطيط الرسالة الإعلامية و بناؤها البداية الناجعة لزيادة التوقعات بنجاح العملية الاقناعية، و لأن الإقناع يستهدف بناء الاتجاهات و أنماط السلوك فان المداخل تستهدف البناء الوجداني، بجانب البناء المعرفي، باعتبارهما العناصر الأساسية لبناء الاتجاهات، و لذلك تهتم بحوث الإقناع بالدرجة الأولى باستثمار الجوانب المعرفية و الإدراكية التي تساعد المتلقي على اتخاذ القرار المؤيد.[3]

و توجد ثلاثة أنواع أساسية من الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية هي:[4]

أ- الاستمالات العاطفية: تستهدف التأثير في وجدان المتلقي و انفعالاته و إثارة حاجاته النفسية و الاجتماعية، و مخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال و تعتمد الاستمالات العاطفية على:[5]

استخدام الشعارات و الرموز، استخدام الأساليب اللغوية، دلالات الألفاظ، صيغ أفعال التفضيل، الاستشهاد بمصادر، عرض الرأي على انه حقيقة، معاني التوكيد و استخدام غريزة القطيع.

(1) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص.240 .
(2) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص.241.
(3) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.321.
(4) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص.188.
(5) نفس المرجع،ص..189

ب-الاستمالات العقلانية: و تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي و تقديم الحجج المنطقية و تفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها و إظهار جوانبها المختلفة و تستخدم في ذلك:[1]

-الاستشهاد بالأحداث الواقعية، تقديم الإحصاءات، بناء النتائج على مقدمات، وتفنيد وجهة النظر الأخرى.

ج- استمالات التخويف: حيث يركز المحتوى في هذه الحالة على الاخطار أو النتائج غير المرغوبة اذ لم يستجب المتلقي لتوجيهات الرسالة الاقناعية، و يقوم استخدام استمالات التخويف على الفروض التالية:[2]

-أن استخدام هذه الاستمالات يؤدي الى احساس الفرد بالتوتر.

-الاحساس بالتوتر يشكل حافزا للفرد على تجنب الخطر أو النتائج غير المرغوبة.

- تتحول الاستجابات من خلال تجريب و التدعيم الى عادات سلوكية تتفق مع اهداف القائم بالاتصال.

-خبرات الاتصال السابقة للمتلقي: تشير بعض الدراسات إلى أنه حينما يتعرض بعض الناس لرسائل تثير الخوف لديهم اذا سبق أن تعرضوا لرسائل مشابهة، فالتعرض السابق للمعلومات يؤدي الى نوع من التحصين العاطفي لدى المتلقي.[3]

2-10-1- أساليب الإقناع المستخدمة في الرسالة:

هناك العديد من الاعتبارات التي تؤدي إلى اختيار أسلوب معين لتقديم النص الإعلامي و استخدام نوع من الاستمالات بما يتوافق مع طبيعة الموضوع و خصائص جمهور المتلقين، و يمكن عرض هذه الاعتبارات على النحو الآتي:[4]

-وضوح أهداف الرسالة الإعلامية بدلا من ترك الجمهور يستنتجها ضمنيا.

-تقديم الرسالة لأدلة و شواهد تتضمن معلومات واقعية و متنوعة المصادر.

-عرض جانب واحد من الموضوع (الجانب المؤيد) في المقابل عرض الجانبين (المؤيد و المعارض).

-استخدام الاتجاهات أو الاحتياجات الموجودة لدى الجمهور.

-تأثير تراكم التعرض التكراري.

و قد أضاف محمد عبد الحميد عنصرين و هما:[5]

-تحديد المداخل أو البداية: و هو استخدام الأسلوب المنطقي و العقلاني في تخطيط الرسالة.

-ترتيب حجج الرسالة الإعلامية، أي أن ترتيب الحجج يكون من الأضعف إلى الأقوى (ترتيب الذروة) أو من الأقوى ثم يتدرج إلى الأضعف في النهاية (الترتيب النازل).

-لغة الرسالة و أسلوبها في ضرورة اختيار الرموز اللغوية الواضحة و المفهومة في بناء الرسالة الإعلامية.

---

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 190.
[2] محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص.322.
[3] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 192.
[4] نفس المرجع، ص،ص، 193،198
[5] محمد عبد الحميد، مرجع سابق،ص،ص، 328،334

2-10-2- استراتجيات الاقناع:

عرض "ملفين دفلير و "سندرا بول روكيتش" ثلاث استراتجيات نظرية للإقناع و هي تشير إلى أنواع العوامل و المتغيرات التي ينبغي أن توضع في تفسيرات أكثر تفصيلا للإقناع و تشمل هذه الاستراتجيات مايلي:[1]

-الإستراتجية السيكوديناميكية: إن الاتجاه السيكوديناميكي للإقناع يؤكد على القوى الداخلية للفرد في تشكيل السلوك و ذلك باعتبار البناء الداخلي للنفس البشرية هو نتاج التعليم و هذا التأكيد هو الذي يجعل من الممكن استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لتعديل هذا البناء بحيث تغير السلوك، إن جوهر الإستراتيجية السيكوديناميكية هو استخدام رسالة إعلامية فعالة لها القدرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد كي يستجيبوا لهدف القائم بالاتصال، أي أن مفتاح الإقناع يكمن في تعلم جديد من خلال معلومات يقدمها القائم بالاتصال لكي يغير البناء النفسي الداخلي للفرد المستهدف "الاحتياجات و المخاوف" مما يؤدي إلى السلوك العلني المرغوب فيه.

-الاسترتجية الاجتماعية الثقافية: لا يوجد شك في أن كلا من العوامل الاجتماعية و الثقافية تكفل خطوطا توجيهية تشكل السلوك الإنساني، و لهذا السبب فان مثل هذه العوامل الخارجية يمكن أن تهيئ أساسا للإقناع، إن ما تتطلبه إستراتجية ثقافية اجتماعية فعالة هو أن تحدد رسائل الإقناع القواعد الخاصة بالسلوك الاجتماعي أو المتطلبات الثقافية للعمل التي سوف تحكم الأنشطة التي يحاول رجل الإعلام أن يحققها[2].

-إستراتجية بناء المعنى (الصور الذهنية): تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية في إنشاء و دعم الصور الذهنية من خلال مصادر غير محدودة للمعلومات المتنافسة التي تصوغ أو تعدل المعاني التي خبرها الناس عن كل شيء من المنتجات التجارية إلى الشؤون السياسية، لقد اكتشف علماء الاجتماع أن مفاهيمنا الداخلية عن النظام الاجتماعي تزودنا بتعريفات للمواقف، و أعاد علماء النفس اكتشاف التأثير القوي لبناء المعاني على السلوك البشري ثم أدمج علماء الاتصال هذه المعطيات في صياغتهم لتفسير تأثير وسائل الإعلام على السلوك البشري، فوسائل الإعلام تشكل الصور في أذهاننا و تنحي معتقداتنا عن العالم الحقيقي و تؤثر في سلوكنا، كما أنها تنشئ و توسع و تغير و تثبت معاني الكلمات في لغتنا و تؤثر هذه التعديلات في استجابتنا للموضوعات المختلفة.[3]

---

(1) حسين عماد مكاوي، سامي الشريف، مرجع سابق، ص،ص،162،165.
(2) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص،ص،204،205.
(3) حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، مرجع سابق، ص،ص، 169،170.

خلاصة

في هذا الفصل حاولنا أن نقيم جردا أكاديميا في الحقل الاتصالي بمختلف توجهاته الاجتماعية و النفسية و الثقافية ، وهذا بدراسة مختلف النماذج الاتصالية – ليس كلها على اعتبار كثرة عددها– التي حاولت تصوير ظاهرة الاتصال في الواقع بمختلف أبعادها التقنية، الاجتماعية ، التحليلية ،التكنولوجية، المنظومية و الثقافية، بالإضافة إلى أننا تفحصنا مختلف النظريات التي احتوتها ، لقد حاولنا في هذا الفصل تصنيف مختلف الاتجاهات النظرية بتنوع اهتماماتها سواء منها السوسيولوجية، النقدية ، السلوكية،التفاعلية الرمزية،الغرس الثقافي،ترتيب اهتمامات جمهور المتلقين،دوامة الصمت،فجوة المعرفة، و مدخل بناء الرسالة الاعلامية و استراتيجيات الإقناع. فما يمكن استخلاصه من هذا الفصل أنه ليس هناك اتفاق واحد حول مفهوم الظاهرة الاتصالية في المجتمع و لكن هناك اتفاق جوهري مفاده أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي أصبحت تقود و تبني المجتمعات ،إذ لانجد أي نظرية من النظريات السابقة إلا و فيها إشارة صريحة أو ضمنية للتأثيرات و العواقب الناجمة عن هذه الوسائل .

الفصـــــل الثـــالث

الإذاعة المسموعة وسيلة اتصال جماهيري:
الخصائص، الوظائف و الأنواع

1 – مفهـــوم الإذاعـــة.

2 – تعريـــف الإذاعـــة.

3 – نشأة و تطور الإذاعة المسموعة.

4 – خصائص و مزايا الإذاعة المسموعة كوسيلة اتصال جماهيري.

5 – وظائـف وسـائل الاتصـال الجماهيـري.

6 – وظائف الإذاعة المسموعة كوسيلة اتصال جماهيري.

7– أنـــواع الإذاعـــات.

تمهيد

تعد الإذاعة المسموعة من أعظم الاختراعات التي عرفتها البشرية ، إذ تعتبر وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري التي توصف بأنها ساخنة تتحقق فيها الفورية و التدفق الإعلامي ، كما يتم فيها تداول الأخبار و الأفكار و الآراء و المعلومات ، فهي تعتبر سوقا مفتوحا للمشاركة الجماهيرية و تعد ميزة من ميزات العصر الحديث ، لما لها من دور إعلامي فعال داخل المجتمع.

سنخصص هذا الفصل لمعالجة الإذاعة المسموعة كوسيلة اتصال جماهيري بالدرجة الاولى ، انطلاقا من تحديد مفهومها و تعاريفها المتنوعة ، ثم نشأتها و تطورها عبر التاريخ ، بعدها نتطرق إلى خصائصها التي تتفرد بها عن باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى ، كما ناقشنا في هذا الفصل وظائف وسائل الاتصال الجماهيري عامة مدعمة بوجهات نظر عربية و أوربية و خصصنا جزء مهما عالجنا فيه بالتحليل الوظائف المنوطة بالإذاعة المسموعة و أنواع الإذاعات و مختلف معايير تصنيفها.

1-مفهوم الاذاعة:

يعود مفهوم كلمة الإذاعة إلى لفظة راديوس(Radius) باللاتينية، و تعني نصف قطر الدائرة حيث ترسل فعلا الموجات الصوتية عبر الإرسال في شكل دوائر لها مركز إرسال، كما أطلق على هذه الوسيلة في بداية الأمر اسم اللاسلكي (Wireless) ، غير أن الأمريكيين فضلوا تسميتها بالراديو (Radio) و استمروا على ذلك حتى عام 1914، و استخدموا بدلا عنها عبارة الورق اللاسلكي (Radio Telegraphe)، و الراديو تعني باللهجات العامية العربية جهاز الإرسال و الاستقبال معا، و يعتقد أنها تسربت من اللفظة الفرنسية (Radio Diffusion)، بينما كانت لفظة الراديو تطلق في اللغات الأوروبية على جهاز الإرسال "محطة الإذاعة" و الاستقبال "المذياع" معا. و تقابلها باللغة الفرنسية لفظة (Radio Telegraph) و بالانجليزية (Broad Casting) و نشأت كلمة الإذاعة (Broad Casting) من إشارة مبكرة للبحرية الأمريكية.[1]

2-تعريف الإذاعة:

2-1-التعريف اللغوي: لفظ الإذاعة من ذاع الشيء أو الخبر، يذيع، ذيوعا، و ذيعا أي فشا و انتشر، و المذياع بالكسر من لا يكتم السر أو من لا يستطيع كتم خبره، و الجمع: مذاييع، و منه يقال فلان للأسرار مذياع و للأسباب مضياع و أذاع سره و به أفشاه و أظهره أو نادي به في أناس، أي أن الإذاعة هي على النحو الذي يشير إلى الذيوع و الانتشار و الإفشاء و المناداة بالخبر في الناس.[2] فالأصل اللغوي لكلمة الإذاعة هي الإشاعة بمعنى النشر العام، و ذيوع ما يقال و العرب يصفون الرجل المفشي للأسرار بالمذياع.[3]

2-2-التعريف الاصطلاحي: لقد ورد العديد من التعريفات للإذاعة نذكر من بينها:

- أنها عبارة عن تنظيم مهيكل في شكل وظائف و أدوار تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الإذاعي و الترفيهي و التثقيفي بأوجهه الاجتماعية، و ذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متناثر يتكون من أفراد و جماعات بأجهزة استقبال مناسبة.[4]

- كذلك يقصد بالإذاعة المسموعة ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية و السياسية و ربط مستمعيها برباط مباشر و سريع.[5]

- تقوم الإذاعة على مبدأ إرسال و استقبال الموجات الكهرومغناطيسية التي تنتقل بسرعة 300.000كلم /ثانية دون أن يضعفها طول المسافة.[6]

---

[1] مجد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري: مدخل إلى الاتصال و تقنياته الحديثة، دار أسامة، الطبعة الأولى، عمان، 2004، ، ص، ص، 127،128.

[2] عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام لغة الحضارة، مؤسسة مختار، القاهرة، الطبعة الثانية، 1979، ص. 173.

[3] القاموس المجاني للطلاب، "عربي، عربي"، دار المجاني للنشر، الطبعة الأولى، بيروت، 1995، ص. 366.

[4] عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص، 173.

[5] دليو فوضيل ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص.135.

[6] عواشة محمد حقيق، الرأي العام بين الدعاية و الإعلام، منشورات الجامعة المفتوحة، ليبيا،1993،ص.186.

– و يعرفها "إبراهيم إمام": بأنها الانتشار المنظم و المقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و غيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم، فرادى و جماعات باستخدام أجهزة استقبال مناسبة.(1)

– كذلك تعرف الإذاعة على أنها جهاز إرسال لتوصيل المعلومات إلى الجماهير و هي إما وسيلة للاتصالات المباشرة ما بين أقوام و فئات و شعوب أو وسيلة ترويج للسلع التي يريدون نشرها و إذاعتها بأسلوب يتراءى مع قيمة هذه السلعة، و هي جهاز دار للثقافة الاجتماعية و الدينية و الأخلاقية و دار لتلاحم السلوكيات و المعتقدات و عادات الشعوب.(2)

من خلال هذه التعاريف يمكن ملاحظة النقاط التالية:

–هناك تعاريف تحمل وصفا تقنيا للإذاعة المسموعة بتركيزها على الجهاز بحد ذاته و خواصه التقنية المتمثلة في الموجات الكهرومغاطسية، و تهمل مضمون البرامج التي تنقلها هذه الموجات.

–هناك تعاريف ركزت على المواد المنقولة من طرف الإذاعة المسموعة و نوعيتها بالاعتماد على مزايا الإذاعة.

–هناك تعاريف ركزت على الدور الوظيفي و الطبيعة المؤسساتية للإذاعة المسموعة بوصفها نشاطا منظما و هادفا يعمل على نشر الثقافة و القيم.

وعليه يمكن تحديد تعريف إجرائي شامل للإذاعة بأنها عبارة على مؤسسة تبث منتوجات و مواد ثقافية ذات طبيعة مزدوجة، تحمل هذه المنتوجات مواصفات ثقافية واقتصادية في آن واحد،تؤدي هذه المؤسسة دورا هادفا في المجتمع ، كما تنقل هذه المواد تقنيا بواسطة جهاز له من الخواص التقنية ما يسمح له بأن يقوم بذلك.

3–نشأة و تطور الإذاعة المسموعة:

قبل الحديث عن الإذاعة كوسيلة اتصال و دورها الإعلامي الفعال داخل المجتمع يجدر بنا الرجوع الى بداياتها الأولى، أو بالأحرى كل من ساهم في نشأتها و سياق ظهورها في أرض الواقع. إذ تجمع المراجع العلمية على إسناد فضل اختراع المذياع إلى "جوجليمو ماركوني" (1874–1937)، باعتباره أول من اكتشف و استخدم نظام إرسال و استقبال الإشارات الكهرومغناطيسية لاسلكيا، و كان ذلك عام (1894) عندما استطاع إرسال أول إشارة إلى مسافة أربعة أمتار ثم واصل تجاربه لنظام الإرسال و الاستقبال على مدى سبع سنوات، حتى تمكن في 12 ديسمبر من عام 1901 من التقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط.(3)

(1) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، الكويت، الطبعة الثانية، 1985، ص.256 .

(2) مشعل الخلف، "تاريخ و نشأة تطور الإذاعة" في الموقع :
http://www.maxformus.net/showthread.

(3) مصطفى محمد عيسى فلافة، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال و تعليم، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية ،1997 ،ص،17.

بالإضافة إلى أن هناك علماء لهم الفضل في اكتشاف موجات الراديو أمثال "هنري جاكسون" و "ألكسندر بوبوف" و "توماس أديسون" و "فليمنغ" و " لي دي فورست" و "جاك كلارك" و "ماكس ويل" بحيث أنهم قاموا بتجارب ساعدت على إنتاج أطول الموجات اللازمة للإرسال من خلال موجات قصيرة.[1]

و تنقسم دراسة تاريخ الإذاعة إلى ثلاثة أقسام أو مراحل هي كالتالي:

3 -1 -دراسة ظهور اللاسلكي و استخداماته الأولى:

لقد استفاد "ماركوني" من تجارب السابقين أمثال "جيمس كلارك ماكسويل" الانجليزي الذي صاغ النظرية التي توضح أن الموجات الكهرومغناطيسية يمكنها ان تنتقل من خلال الجو (عبر الأثير) حيث تنتشر بسرعة الضوء. و كان ذلك من لندن عام 1865 ، و قام "هنري هرتز" بدراسة هذه النظرية عام 1887 و اكتشف هذه الموجات التي سميت باسمه و قاس طول الموجة و حدد سرعتها بـــ 300.000 كيلو هرتز/الثانية، ثم جاء بعد ذلك العالم "برانلي" من فرنسا عام 1890 و نجح في الاتصال بالراديو من خلال جهاز يبين وجود موجات كهرومغناطيسية.[2] و في عام 1893 نجح المخترع المجري "تيفادور بوشاكس" في نقل الصوت إلى العديد من المستمعين و قد كتبت الصحف المجرية في ذلك الوقت تقول:لقد ولدت الآن صحيفة الكلمة المسموعة ، و الجدير بالذكر في الفترة ما بين (1895-1896) قام ثلاثة علماء وهم "ماركوني" الايطالي، و "جاكسون" الانجليزي، و"بوبوف" الروسي، بإرسال إشارات لاسلكية على بضعة أمتار، و ينسب فضل هذا الاختراع إلى " ماركوني " لأنه أول من سجل اختراعه سنة 1896 بانجلترا.[3]

3-2-استخدام اللاسلكي في البحرية: فيما كان العلماء و الباحثون المهتمون بتطوير وسائل الاتصال اللاسلكية يواصلون جهودهم، و فيما كان القرن التاسع عشر يوشك على الرحيل، كانت الإنسانية تعيش محبوسة الأنفاس للتغيير الجذري الذي يشق طريقه في عمليات الاتصال، حيث ظهرت أصوات تعارض مثل هذه التطورات، فقد وقفت بعض الحكومات ضد تطوير وسائل الاتصال اللاسلكي مثل قيصر روسيا، و وضعت دول أخرى قوانين و شروطا صارمة أمام تطوير هذه التقنيات مثل فرنسا و الولايات المتحدة، فيما عمدت مؤسسات تجارية و عناصر مختلفة إلى وضع العراقيل و التشكيك في جدوى و مصداقية هذه الوسائل الاتصالية.[4] و تمكن "ماركوني" من إيجاد طريقا اليكترونيا يصل بين القارتين الأوروبية و الأمريكية، حينما استمع عام 1901 إلى رسالة بعث بها عبر الأطلنطي من محطة إرسال في "كورنوول" إلى "سان جون" في ولاية "نيوفوندلاند" بالولايات المتحدة الأمريكية.[5] بالإضافة إلى عمليات الإنقاذ البحري العديدة التي شهدتها الفترة بفضل استخدام إشارات لاسلكية بسيطة و ما ترتب عليها من إنقاذ

---

(1) ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي،الطبعة الأولى، القاهرة،1982،ص،9.

(2) عصام أنيس عبد الحميد زكي، الوسائل المسموعة و المرئية: النشأة و التطور "تجربة الإعلام المصري"، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص، 96.

(3) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2008، ص، 153.

(4) مصطفى محمد عيسى فلاتة، مرجع سابق،ص.31.

(5) عصام أنيس عبد الحميد زكي، مرجع سابق، ص. 97.

أرواح ألاف الأشخاص (سفينة التيتانيك عام 1912)، تفادي حادث تصادم السفينتين (فلوريدا) و (ريبلك) عام 1900.[1]

3-3-ظهور الإذاعة كفرع مستقل عن اللاسلكي:

على الرغم من أن الحرب العالمية الأولى أظهرت أهمية الإذاعة الصوتية و مدى الحاجة إليها في السلم و الحرب، إلا أن نهايتها شهدت ركودا و نشاطات محدودة في ميدان تطور التقنيات الإذاعية.[2] فبعد انتهاء الحرب استأنفت النشاطات المتعلقة بالإذاعة الصوتية، و تطوير تقنياتها و وظفت في مجالات حياتية كثيرة.[3] حيث كان الاتصال عن طريق اللاسلكي يتم إلى عام 1900 باستخدام إشارات "مورس" و بدأ استخدام الصوت بعد اختراع "ألكسندرسون" و "فاسندون" لجهاز الإرسال، ثم اختراع "لي دي فورست" للصمام الكهربائي و بذلك تم نقل الأصوات بوضوح تام.[4] لكن الإذاعة الصوتية لم تصبح حقيقة واقعة إلا في عام 1920، و تعتبر الولايات المتحدة هي أول دولة تجري تجاربها في هذا المجال و قد تبعتها كل من بريطانيا و فرنسا و ألمانيا و غيرها من الدول.[5]

لقد أصبح الراديو حقيقة واقعة إلا في العشرينات و بالتحديد في 02 نوفمبر 1920.[6] فظهرت أول إذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية سميت بمحطة (K-D-K-A)، استخدمت في نقل انتخابات الرئاسة الأمريكية، إذ استمع الناس إلى نتائج الانتخابات في نفس وقت إعلانها بصورة فورية على الهواء.[7] كما قدمت برنامجا منتظما من مدينة "بيترسبرج" بولاية "بنسلفانيا". و كانت الصحف آنذاك مندمجة مباشرة في الإذاعة، منها صحيفة "ديترويت نيوز" حيث بدأت في إذاعة الأخبار بانتظام منذ 31 أوت 1920 في محطة تجريبية أصبحت فيما بعد محطة إذاعية تجارية في عام 1921، و أسرعت صحف أخرى بتأسيس محطات إذاعية منها: "ميلودي جورنال"، و "شيكاغو تريبيون"، و "لوس انجلس تايمز"، و "لويز فيل كوريا جورنال"، و "اطلانطا جورنال"، و "دالاس نيوز"، كمحطات تتملكها الصحف اليومية. و بحلول عام 1923 كانت الولايات المتحدة الأمريكية تمتلك ثلاثة ملايين جهاز راديو، و ارتفع عد المحطات الإذاعية من ثلاثين (30) محطة في عام 1921 إلى خمسمائة و ثلاثين (530) محطة.[8] و من الولايات المتحدة الأمريكية انتقلت الإذاعة إلى أرويا و كانت بريطانيا أول دولة أوربية تنشئ محطة إذاعية، حيث قامت جريدة "الديلي ميل" في 15 جويلية 1920 بتنظيم أول برنامج إذاعي. و في عام 1922 تم إنشاء شركة الإذاعة البريطانية (B.B.C British Braad Casting Company) و تنقل برامجها من لندن.[9]

---

(1) عيسى محمد الحسن، العمل الاذاعي: مفاهيمه،طبيعته،مبادؤه،عمان،دار زهران،2008،ص.37.

(2) مصطفى حميد كاظم الطائي،التقنيات الإذاعية و التلفازية و أهميتها التطبيقية في التعليم و التعلم، دار الوفاء، الطبعة الأولى، الإسكندرية،2007،ص.22.

(3) مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع، دار الوفاء، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007، ص. 19.

(4) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها، مرجع سابق، ص. 154.

(5) ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي، مرجع سابق، ص. 14.

(6) مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع، مرجع سابق، ص. 18.

(7) عصام أنيس عبد الحميد زكي، مرجع سابق، ص. 97.

(8) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها، مرجع سابق، ص.115.

(9) ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني و الفضائي، مرجع سابق، ص. 15.

أما في ألمانيا فقد ارتبطت الإذاعة بوزارة البريد، حيث كانت هذه الأخيرة تقوم بتشييد محطات الإرسال و لكنها تسمح للشركات الخاصة بتقديم البرامج و الخدمات الإذاعية.[1] و في عام 1923 بدأ استخدام الموجة المتوسطة في محطة إرسال "برلين" ثم تعددت بعد ذلك محطات الإذاعة.[2] و كانت الدولة تحتفظ لنفسها بحق الإشراف على الإذاعة و لم تسمح للأحزاب السياسية فرض أي سيطرة أو نفوذ عليها، إيمانا من الحكومة الفيدرالية بالدور المهم و الخطير الذي يمكن أن تلعبه الإذاعة، فقد أنشئت عام 1926 شركة إذاعة وطنية امتلكت وزارة البريد 51 % من أسهمها، أما البقية فقد امتلكها الخواص.

بينما في الصين فقد تم تأسيس أول محطة إذاعية عام 1931 في مدينة "شنغهاي" و هي محطة تجارية أسسها رجل أمريكي كما أن إعداد البرامج فيها يضمنه أمريكيون. و قد تبنت وكالة "رويترز" و وكالة "ملنغتون" البريطانية هذه الإذاعة الصينية.[3]

إن المرحلة الأولى من البث الإذاعي، تحظى بنوع من التسامح على أساس أن الإذاعة تعد تجربة غير ناضجة بعد رغم أن الكثير من الجرائد كانت تملك محطات إذاعية، كما لم تكن لدى الرواد الأوائل فكرة واضحة حول كيفية تغطية نفقات الإذاعة و تكاليفها و لكن سرعان ما أدرك أصحاب المحطات الإذاعية أن مستقبل هذه الوسيلة التكنولوجية يكمن في الاتصال الجماهيري و أصبحت كذلك بعد أن سمح لها بث الأخبار و البرامج الترفيهية و من ثمة دخلت مرحلة النضج.[4]

فظهرت في الفترة الأولى من حياة الإذاعة نوادي الإذاعة و واديات الإذاعة للتعريف بهذا الجهاز الإعلامي الجديد لدى العموم و تبسيط تقنياته و استعمالاته، و عرف المذياع لدى العموم في هذه الفترة باسم التلفون اللاسلكي (Téléphone Sans Fil. TSF) ، و لم تعمم لفظة الراديو إلا في الثلاثينات من القرن الماضي.[5]

لكن طريقة عمل الإذاعة كانت محل انتقاد من قبل نقاد الثقافة الجماهيرية الأوائل، و كان قد سبقهم إلى ذلك بنظرة تفاؤلية (Bertolt Brecht) الذي كتب عام 1926 يقول : إن الراديو ذو اتجاه واحد، بينما ينبغي أن يكون في اتجاهين، فهو جهاز توزيع بالكامل، لمجرد التقاسم، و عليه هو اقتراح ايجابي،غيروا هذا الجهاز من التوزيع إلى الاتصال و سيكون الراديو جهاز الاتصال الأمكن في الحياة العامة و الأفضل و شبكة واسعة من القنوات، بعبارة أخرى إذا ما عرف كيف يتلقى مثلما يرسل، كيف يجعل المستمع يتكلم و أيضا يستمع، كيف يكون له علاقة بدلا من عزله؛ فبخصوص هذا المبدأ، سينبغي للراديو التخلي عن عمل التوزيع و ينظم مستمعيه كممونين للمحتوى.[6]

---

(1) مجد هاشم الهاشمي، مرجع سابق، ص، 131.
(2) جلال الخوالدة، المذيع التلفزيوني: التدريب و التأهيل، الطبعة الأولى، المعتز للنشر و التوزيع، الأردن، 2009،ص.26.
(3) مجد هاشم الهاشمي، مرجع سابق، ص. 131.
(4) مولدي بشير، الإذاعة و مقومات الثبات، مجلة الإذاعات العربية،عدد(2)، تونس،2009،ص.09.
(5) سعيد بومعيزة، بعض التطورات الدالة في تاريخ الإذاعة: من صندوق موسيقى إلى ما يشبه الإذاعة، مجلة الإذاعات العربية، عدد(1)، تونس،2011، ص.65.
(6) نفس المرجع السابق،ص،66.

أما في مرحلة ما بين الحربين العالميتين، أصبحت الإذاعة تكتسي أهمية بالغة أكثر فأكثر سواء في التربية أو الدعاية، و حظيت بشعبية واسعة من خلال البث الموسيقى الدعائي و آخر الأخبار دون انقطاع، كما تميزت هذه الفترة بتوظيف الإذاعة لغايات دعائية و هذا من قبل الأنظمة الشمولية في أوربا و المتمثلة في الشيوعية و الفاشية و النازية ، خاصة البث عن طريق الأمواج القصيرة لتصل رسائلها إلى ما وراء الحدود الوطنية.[1]و بحلول أكتوبر 1945 كانت في الولايات المتحدة الأمريكية تسعمائة وتسعة (909) محطة إذاعية تجارية، و نحو ستمائة (600) محطة جديدة أو تحت التأسيس، و تقدم للجنة الاتصالات سبعمائة (700) طلب معظمها لمحطات إذاعية صغيرة. و بحلول عام 1950 أصبح في البلاد ألفين وستة وثمانون (2086) محطة إذاعية تعمل على الهواء و ثمانون (80) مليون جهاز راديو للاستقبال.[2]

لقد كان أهم حدث أثر ايجابيا في استقبال البرامج الإذاعية هو صنع أجهزة استماع جديدة تشتغل بالاعتماد على "الترانزستور" (Transistor) و ليس على التيار الكهربائي، و قد انتشر هذا المذياع الجديد منذ منتصف خمسينات القرن الماضي و أصبح الاستماع إلى الإذاعة بفضل هذا الجهاز فرديا و في عديد من الأماكن، في المتجر، في الحقل،..الخ. و انخفض ثمنه و أقبل عليه المستمع بكثرة.[3] فبعد ان تجاوزت الإذاعة عائق الاستماع الثابت بفضل اختراع "الترانزستور" أصبحت أداة للتغيير الاجتماعي و الثقافي و السياسي.[4]

---

(1) سعيد بومعيزة ، مرجع السابق،ص.65.
(2) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها، مرجع سابق، ص 165.
(3) المولدي بشير، الاذاعة و مقومات الثبات، مرجع سابق،ص.13.
(4) سعيد بومعيزة، مرجع السابق ،ص،ص.66،65.

4-خصائص و مزايا الإذاعة المسموعة كوسيلة اتصال جماهيري:

مما لا شك فيه أن لكل وسيلة من وسائل الإعلام مقدرة على الإقناع تختلف باختلاف المهمة الاقناعية و الجمهور المتلقي، إلا أن التجارب المعملية و الميدانية تشير إلى أن الاتصال المواجهي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو وهذا الاخير أكثر فاعلية من المطبوع.[1] في هذا الصدد سنتعرف بالتفصيل على الخصائص التي تميز الإذاعة المسموعة عن غيرها من الوسائل الاعلامية الأخرى، و كذا الميزات التي جعلت منها الوسيلة الجماهيرية الأكثر شعبية.

- يتميز الإرسال الإذاعي بتخطى الصعوبات الطبيعية كالجبال و الأنهار و البحار و الصحاري، فعلى الرغم من تأثير العامل الجغرافي على النظام الإذاعي في أية دولة إلا أنه لا تحول دون انتشار الموجات الإذاعية، فالدول الكبيرة الممتدة تحتاج إلى أجهزة إرسال أكثر من الدول الصغيرة و كذلك فان الدول الجبلية تواجهها مشاكل تختلف عن الدول المسطحة و الدول الطويلة تختلف عن الدول المربعة، و رغم ذلك يصل البث الإذاعي إلى مختلف البقاع في هذه الدول، باستخدام تقنيات معينة متخطيا كافة الصعوبات الطبيعية، و خاصة الدول التي تشكل التضاريس الجبلية بها عائقا أمام تطوير الإرسال الإذاعي.[2]

-يتخطى الإرسال الإذاعي الصعوبات المصطنعة كسوء العلاقات السياسية بين الدول و قلة المواصلات. فلم تنجح الوسائل التي اتبعتها بعض الدول في منع استقبال الإرسال الإذاعي بصفة دائمة كفرض حظر على الاستماع و حرمان الشعب من أجهزة الراديو القادرة على استقبال الإذاعات الأجنبية و التشويش على موجات الراديو لان كل هذه الأساليب لم تعد ذات قيمة، فالتشويش عمل مكلف يحتاج إلى محطات إرسال عالية القوة و هو إجراء سلبي لأنه يثير الاهتمام بمعرفة الممنوع و نادرا يكون فعالا دائما.[3]

-يتخطى الإرسال الإذاعي حدود الزمان و المكان، إذ يمكن عن طريق تسجيل البرامج و إعادة إذاعتها أن تستمع إلى أحداث هامة وقعت في سنوات مضت، و يؤدي الاستماع إليها إلى ربط الماضي بالحاضر مما يكسب الموضوعات صفة الاستمرارية إذ تربطها بعجلة الحياة في تطويرها و استمرارها.[4]

-زيادة قوة الإرسال الإذاعي في كل الدول عاما بعد عام.[5] و كذا تنوع قوته في كل دولة.[6] يجعل الإذاعة المسموعة وسيلة قابلة للتطوير المستمر.

-إن موجات الراديو قادرة على اختراق كل أنحاء العالم في اقل من لمح البصر، و قد أكدت الدراسات أن موجة الأثير تدور حول الكرة الأرضية في نحو ثمن(1/8) ثانية و لا يقف في سبيلها حدود من حواجز سياسية أو طبيعية.[7] و هذا ما يجعل الراديو يعتبر أقدر الوسائل الإعلامية في إبلاغ الجماهير و تعريفهم بالأمور.[8]

(1) عاطف عدلي العبد، الدعاية: الاسس النظرية و النماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص. 85.
(2) عاطف عدلي العبد: الاذاعة و التلفزيون في مصر: الماضي و الحاضر و الأفاق المستقبلية، دار الفكر العربي، القاهرة،2008، ص. 12.
(3) عاطف عدلي العبد، الاتصال و الرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص. 161.
(4) حسن حمدي الطويجي، وسائل الاتصال و التكنولوجيات في التعليم، دار القلم، الكويت،الطبعة الاولى، 1986،ص.178.
(5) عاطف عدلي العبد: الإذاعة و التلفزيون في مصر، مرجع سابق، ص.13.
(6) إبراهيم الدقوقي، نظرة في إعلام العالم الثالث من خلال الأنظمة الإذاعية في الدول النامية، مطابع اليقظة، بغداد، 1982، ص.18.
(7) محمد علي القوزي، وسائل الاتصال و تطورها ، دار النهضة العربية، لبنان، 2007،ص.125.
(8) محمد جودت ناصر، الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة، دار مجدلاوي، الطبعة الاولى، عمان 1998، ص.26.

-تزايد الاستماع إلى الراديو، حيث يمكن القول بأن الاستماع إلى الراديو أصبح سلوكا شائعا.[1] إذ تزايدت نسبة الاستماع إليه منذ ظهوره، و يمكن القول بان الاستماع أصبح سلوك اتصالي شائع بغض النظر عن نوع الجنس أو السن أو الحالة الاجتماعية أو التعليمية أو منطقة الإقامة، فالراديو يستطيع ان يجذب المستمع و أن يستحوذ على اهتمامه لمتابعة برامجه و ذلك باستخدامه عناصر المؤثرات الصوتية و الموسيقى و الحوار التي تضفي على المادة الإذاعية جاذبية خاصة.[2]

-الإذاعة المسموعة هي جامعة شعبية كبيرة على الهواء، تخاطب المتعلم و الأمي و تنقل الثقافة و العلم و الفن و الترفيه و الإعلام إليهما أينما كانا.[3] فهو يستطيع أن يخاطب كل طوائف و فئات الناس مهما اختلفت درجة تعليمهم، فالإذاعة تصل إلى جميع السكان بسهولة متخطية حاجز الأمية.[4] فهو يصل إلى غير المتعلمين مثلما يصل للمتعلمين، و من ثم لا تحتاج إلى معرفة القراءة و الكتابة، أو تدريب من نوع معين لكي يتعرف الشخص على رسائله و يكفي إدارة مؤشر الإذاعة و الاستماع إلى مضمون ما يذاع.[5]

-تتميز الإذاعة عن بقية وسائل الاتصال الجماهيري في قدرتها على مخاطبة الناس أثناء قيامهم بأعمال أخرى، حيث لا يحتاج الراديو إلى تركيز كامل أو مجهود كبير من جانب المستمعين.[6] فلا يتطلب الاستماع إلى الراديو جهدا عضليا أو عصبيا و لا تحول بين المستمع و أداء عمله.[7]

-الكلمة المذاعة لها سحرها و تأثيرها الخطير، فهي تعد من أقوى الوسائل في التأثير على الجماهير.[8] لها قوة إيحائية جبارة فهي تتسلل إلى المستمع أينما كان و أفضل وسيلة للتأثير، مخاطبته بالصفة التي يفهمها.[9]

-الإذاعة قليلة التكاليف، كما أنها أرخص الوسائل في نقل المعلومات و الأخبار إلى كل أجزاء العالم خاصة في الأجزاء النائية، حيث يوجد أناس في أشد الحاجة إلى الثقافة و المعرفة و الترفيه.[10] فهي وسيلة تتخطى حاجز الفقر.

-القدرة على التنويع.[11] لقد استطاعت الإذاعة الحديثة تقديم العديد من المحطات و البرامج المتنوعة مما يتيح الفرصة أمام المستمع للاختيار.[12]

---

(1) عاطف عدلي العبد: الإذاعة و التلفزيون في مصر، ص.15.
(2) محمد جودت ناصر، مرجع سابق، ص. 25.
(3) يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية: دراسة حول القائم بالإخبار،دار المعرفة الجامعية ، مصر ،1986، ص.16.
(4) محمد علي القوزي، مرجع سابق، ص.126.
(5) طارق سيد احمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الأولى، مصر،2005،ص.50.
(6) عبد الباسط عبد الجليل و آخرون، دراسات إعلامية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2003،ص،ص.10،12
(7) عاطف عدلي العبد، الدعاية: الأسس النظرية و النماذج التطبيقية، مرجع سابق، ص. 94.
(8)يوسف مرزوق، مرجع سابق ،ص.19 .
(9) يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007، ص. 152.
(10) يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية: دراسة حول القائم بالإخبار، مرجع سابق ، ص.19.
(11) عاطف عدلي العبد، الاتصال و الراي العام، مرجع سابق،ص.20.
(12) نور الدين بليل، الاعلام و قضايا الساعة، دار البعث، ، الجزائر الطبعة الأولى، 1984، ص.20.

-سهولة الاستخدام، حيث تعتبر أجهزة الإذاعة المسموعة من أسهل الوسائل الإعلامية استخداما لسهولة نقلها و لخفتها و لتعدد أحجامها و سهلة في انتقاء الموجات و المحطات.[1]

-تساهم الإذاعة في رسم الإطار النفسي للمستمعين كما يقول "مندلسون"، فالبرامج الصباحية تهيئ الناس لليقظة و العمل و التفاؤل، بينما تقوم برامج السهرة بالترفيه و الإمتاع و تخلق جوا من الاسترخاء.[2] فهي لها القدرة على التجسيد و خلق الأثر الانفعالي، فهي تتجسد في شكل شخص يثير أحيانا و يريح أحيانا أخرى.[3] أما التأثير الانفعالي فيكون عن طريق الإخراج الدرامي للتمثيليات و البرامج باستخدام المؤثرات الصوتية و أساليب الإخراج الإذاعي، فيندمج المستمع بعواطفه مع البرامج الإذاعية و إن هذا التأثير الوجداني المصاحب لاستقبال المعلومات يؤدي الى زيادة التعليم.[4]

-توفر الاذاعة المسموعة خاصية الإحساس الجمعي، فقد يستطيع المستمع أن يشارك في البرامج فعلا، أو يشعر و هو في منزله أنه عضو في جمهور كبير من المستمعين، فهي تتيح الفرصة أمام المستمع أن يشارك في أحداث اليوم و أخباره و تسمح له أيضا بأن يشترك مع الآخرين في الأحداث ذات المغزى و الاهتمام و من ثمة قد تدعم التفاعل الاجتماعي.[5]

5- وظائف وسائل الاتصال الجماهيري:

قبل الإقدام على تحديد وظائف الإذاعة المسموعة، وجب علينا أن نعرج على وظائف الاتصال الجماهيري بشكل عام لأنها تمثل بالنسبة إلينا الخلفية أو الإطار النظري الذي تستمد منه أي وسيلة جماهيرية مشروعيتها في أداء وظائفها و ذلك وفق رؤى مختصين في مجال علم اجتماع الاتصال و هي على النحو الآتي:

أ- وجهة نظر "هارولد لاسويل": و التي تقر بان هناك ثلاثة وظائف لوسائل الاتصال هي:[6]

- دراسة البيئة المحيطة و كشف ما يهدد قيم الجماعة.

- تحقيق الاتصال الاجتماعي و العمل على ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للمحيط البيئي الذي يعيش فيه أفراده.

-وظيفة نقل التراث الاجتماعي و الثقافي من جيل إلى جيل آخر.

و ترتكز فكرة "لاسويل" على الإحاطة بما يدور في المجتمع (المراقبة)، ثم ربط الفعل بالفرص و التحديات التي تظهر في المجتمع و الوصول إلى آفاق و تفاهم بشان الأفعال الاجتماعية (التنسيق)، كالمساهمة في نقل التراث و الثقافة إلى الأعضاء الجدد (نقل التراث)، و لقد أضاف "تشارلز رايت"

---

(1) عواشة محمد حقيق، مرجع سابق، ص.181.
(2) عاطف عدلي العبد، الاذاعة و اللفزيون في مصر، مرجع سابق، ص. 19
(3) عاطف عدلي العبد ، الاتصال و الراي العام، مرجع سابق،ص.173
(4) حسن حمدي الطويجي، مرجع سابق،ص.178.
(5) عاطف عدلي العبد، الاذاعة و التلفزيون في مصر، مرجع سابق،ص.19.
(6) جان كلود برتراند،أدبيات الاعلام:ديونتولوجيا الاعلام ،ترجمة (رباب عابد)،المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع،الطبعة الاولى،بيروت،2008،ص.19،20.

وظيفة رابعة و هي الترفيه و يقصد بها الأفعال الاتصالية التي تستهدف التسلية بالأساس بصرف النظر عن أي تأثيرات أخرى.[1]

ب- اما وجهة نظر "ولبر شرام": بخصوص وظائف الاتصال الجماهيري، فإنها تتركز في الآتي:[2]

-وظيفة المراقبة و الحراسة و ذلك لاستكشاف الآفاق و إعداد التقارير عن الأخطار و الفرص التي تواجه المجتمع.

-المنبر و الوظيفة السياسية، و تتم من خلال المعلومات التي تتيح اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة، و القرارات القيادية و إصدار التشريعات.

-وظيفة المعلم (التنشئة)، أي تنشئة الأفراد و إمدادهم بالمهارات و المعتقدات الاجتماعية.

نستنتج من خلال عرضنا لوظائف الاتصال الجماهيري بالنسبة لنموذجي "لاسويل" و "شرام" أنهما متقاربان جدا مع بعض الاختلافات الطفيفة على اعتبار أنهم ركزوا على ثلاثة وظائف أساسية هي: وظيفة المراقبة، وظيفة التنسيق، وظيفة التربية.

ج-أما وجهة نظر "ماكويل": بشان وظائف وسائل الاتصال الجماهيري، فإنها تتلخص فيمايلي:[3]

-المهمة الإعلامية: تعني نشر المعلومات الخاصة بالوقائع التي تحدث في المجتمع و خارجه و تحديد اتجاهات القوى الفاعلة و العلاقات بينهما و تسهيل عملية التحديث.

-تحقيق التماسك الاجتماعي: يتحقق ذلك من خلال الشرح و التفسير و التعليق على الأحداث ثم تدعيم الضبط الاجتماعي و التنشئة الاجتماعية.

-تحقيق التواصل الاجتماعي: يتم من خلال تشييع وسائل التعبير عن الثقافة السائدة و الكشف عن الثقافات الفرعية و النامية و دعم القيم الشائعة.

-الترفيه: يتمثل في تقديم التسلية و القضاء على التوتر الاجتماعي.

-التعبئة: تتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية و تحديدا في الأزمات المتنوعة.

لقد أضاف "ماكويل" بعض العناصر البنائية لوظيفة الاتصال الجماهيري بالتركيز على القوى الفاعلة في حقل الاتصال و تحديدا برسم العلاقات المختلفة بينها، كما دقق أكثر في العمليات الناجمة عن عملية الاتصال و المتمثلة في تحقيق التواصل و التماسك الاجتماعي، لقد اشترك هذا النموذج مع النموذجين السابقين في الوظائف الآلية أي الوظيفة الإعلامية و التعبيئية و أشار إلى وظيفة جديدة قديمة لوسائل الاتصال الجماهيري و هي الترفيه.

د- أما "دفلير و روكتش" فقد اقترحا أربعة وظائف للإعلام ، أدرجاها على النحو الآتي:[4]

-إعادة بناء الواقع الاجتماعي.

[1] محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع الاعلامي، دار القاهرة للنشر، الطبعة الأولى ، مصر، 2001، ص.194.
[2] سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، دار للكتاب العالمي، عالم الكتب الحديث، الطبعة الأولى، عمان، 2008، ص.66.
[3] نفس المرجع السابق، ص،ص. 66،67.
[4] نفس المرجع السابق ، ص، ص.67،68.

-تكوين الاتجاهات لدى الجمهور في حالة اعتماده على تلقي المعلومات من قبل وسائل الإعلام.
-ترتيب الاولويات لدى الجمهور.
-توسيع نسق المعلومات لدى الجمهور.

إن هذا النموذج يختلف عن سابقيه في نقطة جوهرية هي إعادة صوغ الواقع الاجتماعي بكل أبعاده، فالباحثان يقران بأن وسائل الإعلام وظيفتها إعادة ترتيب الأحداث و الوقائع في المجتمع ثم تقديمها في صيغة جديدة لخلق صورة ذهنية معينة عند المتلقي.

هـ- أما وجهة نظر "لينزي مولر" في وظائف الاتصال الجماهيري، فقد أدرجها على النحو التالي:

-وظيفة الأخبار و التزود بالمعلومات و مراقبة البيئة[1] ، و تشير إلى جمع و توزيع المعلومات و الأخبار المتعلقة بأحداث في بيئة سواء خارج أي مجتمع أو داخله و من ثمة فإن هذه الوظيفة تتفق إلى حد ما مع ما يسمى بتناول الأنباء.[2]
-التفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات و توجيه الناس.
-الترفيه.
-التنشئة الاجتماعية
-التسويق و ترويج السلع و الخدمات.
-قيادة التغيير الاجتماعي في المجتمع.
-خلق النمط الاجتماعي و ذلك بتقديم النموذج الايجابي في الشؤون العامة.
-التعليم.
-الرقابة على مصالح المجتمع.[3]

و- و قد حددت لجنة "شون ماكبرايد" التي شكلتها اليونسكو، وظائف الاتصال الجماهيري على النحو التالي:[4]

-الإعلام:و يعني جمع المعلومات التي يحتاجها الفرد كي يفهم ما يجري في المحيط الذي يعيش فيه و يتصرف إزاءها.
-التنشئة الاجتماعية: حيث أن وسائل الإعلام تعلم الالتزام بأساليب الجماعة إلى جانب العائلةو المدرسة.
-الحفز: مما يوفره الإعلام من أسباب المنافسة الهادفة.
-المناقشات و الحوارات: يوفر الإعلام فرصا لطرح وجهات نظر متباينة مما يشجع على إقامة الحوار الاجتماعي البناء.
-التعليم: يعمل الاتصال الجماهيري على نشر المعرفة الإنسانية و تعميمها.

---

(1)سعاد جبر سعيد، مرجع سابق ،ص.67 .
(2) محمد الجوهري و اخرون، مرجع سابق،ص. 194.
(3) سعاد جبر سعيد، مرجع سابق، ص، 67.
(4) عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الجامعة، اثراء للنشر و التوزيع، الشارقة، الاردن،الطبعة السادسة (مزيدة و منقحة)،2009،ص،ص. 169،171.

-التثقيف: يعمل الإعلام على نشر الإبداع الفني و الثقافي و حفظ التراث و تطويره.
-الترفيه: إمتاع الفرد و الترويح عنه.
-التقارب الاجتماعي: يتيح الفرصة للإنسان كي يتزود بأنباء الآخرين في محيطه المحلي أو الدولي.
ن- أما وجهة نظر" حميد جاعد محسن الدليمي" حول وظائف الإعلام فكانت كمايلي:[1]
-الوظيفة الإعلامية.
-وظيفة التوحيد و المشاركة.
-وظيفة خلق الحوافز و الدوافع.
-وظيفة الحوار و النقاش.
-وظيفة التكامل و التفاهم.
-وظيفة خدمة المجتمع.

هذه الوظائف مجتمعة تبين ان الاتصال يطال جوانب الحياة الإنسانية و يؤثر فيها كعنصر أساسي لا غنى عنه. و مهما تعددت الرؤى المتنوعة، فان وجهات نظر الخبراء لمهام الاتصال الجماهيري خدمت مجتمعة و متفرقة و بدرجات متفاوتة الإنسان و تاريخه.

ز- يشير" محمد سيد محمد " الى ان هناك سبعة وظائف للاتصال الجماهيري يحصرها فيمايلي:[2]
-الوظيفة الإخبارية -وظيفة التنمية -الوظيفة التربوية -وظيفة الشورى أو وظيفة الديمقراطية -الوظيفة الترفيهية -الوظيفة التسويقية -وظيفة الخدمات العامة.

ي- وجهة نظر "جمال محمد أبو شنب" فركزت على مايلي:[3]
-الوظيفة الإخبارية -وظيفة التربية و التعليم و الإصلاح الاجتماعي -الوظيفة التنموية -وظيفة الإمتاع و الترفيه.

6-وظائف الإذاعة المسموعة كوسيلة اتصال جماهيري:

تنبع وظائف الإذاعة المسموعة بصفة عامة من وظائف الاتصال الجماهيري و إن اختلفت هذه الأخيرة فيما بينها بحسب الوسيلة الجماهيرية المستعملة.إن الوظائف المنوطة بالإذاعة المسموعة تنبع أساسا من أهميتها كوسيلة اتصال تتميز بالإقناع النابع من سعة الانتشار، فضلا عن تطورها السريع في التقنية و الأسلوب و ما أحدثته من تحولات سريعة في المجتمعات المعاصرة.[4]و للإذاعة المسموعة وظائف رئيسية أهمها:

-الوظيفة الإخبارية: تقوم الإذاعة المسموعة بتقديم الأخبار للمجتمع بأسلوب مختصر و لكنها تكرره عدة مرات سواء كما هي أو مع بعض الإضافات وفقا لتطور الأحداث خلال اليوم، ذلك أنها تقوم بإذاعة

[1]حميد جاعد محسن الدليمي، علم الاجتماع الاعلام: رؤية سوسيولوجية مستقبلية، دار الشروق، الطبعة الأولى ، عمان، 2006،ص.19.
[2] محمد سيد محمد، وسائل الاعلام من المادي الى الانترنيت، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى ، 2009، ص،ص.17،20.
[3] جمال محمد ابو شب، الاتصال و الاعلام و المجتمع: المفاهيم و القضايا النظرية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005،ص،ص.228،230.
[4]مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الاذاعية و التلفزيونية و فلسفة الاقناع، مرجع سابق، ص.21.

الأخبار فور حدوثها قبل أن تتمكن وسائل الاتصال الأخرى من الحصول عليها.[1] و بذلك تنفرد الإذاعة المسموعة بالسبق و أولوية النشر، و الأثر الأول للخبر أو الرأي لا يمحي سهولة.[2]

-وظيفة التعليم و نقل التراث الاجتماعي: تقوم الإذاعة بالاشتراك مع العائلة و المدرسة و وسائل الإعلام الأخرى بدور هام في عملية التطبيع و التنشئة الاجتماعية و ذلك بنقل أنماط السلوك المقبول، ما يساعد الفرد على اكتساب ثقافة جماعته و أساليبها الاجتماعية، تعد إمكانيات الراديو في مجال الثقافة ضخمة.[3] في هذا الإطار فسح المجال للتعرف على الإعلام التربوي و دور الإعلام و أدواته الحديثة في العملية التربوية و في الثقافة الجماهيرية.[4]

-وظيفة الإعلان: و هو عبارة عن أخبار تبثها الإذاعة الخاصة بالجانب الاقتصادي سواء كانت متعلقة بالإعلان عن سلعة جديدة أو الترويج لسلعة قائمة أو الدعاية لمؤسسة.[5] ويعد هذا الأخير الوجه الاقتصادي للمنتوج الثقافي و المتمثل في الأخبار.

إذ تعتبر الاذاعة المسموعة وسيلة إعلانية هامة، يرجع بعضها الى استخدام الصوت و بعضها الى إعادة الاستماع و بعضها الى امكانية الاستفادة من البرامج المختلفة. كما يرجع البعض الاخر الى استخدام الوقت بدلا من المساحة ، فلا يمكن تجاهل حقيقة مؤداها أن الإعداد الجيد للرسالة و الاخراج الملائم لها يجعل منها وسيلة فعالة في تحقيق الأثر المطلوب في الإعلان، وتعد الاذاعة المسموعة من أقدم الوسائل الإعلانية. فقد بدأ أتباع أسلوب الإعلان الإذاعي فيها بداية سنوات ظهور الراديو، فكان يقدم معظمه من طرف المؤسسات التجارية، فإما أن تكون هي المنتجة للإعلان و تقدمه للاذاعة للبث أو تقوم الإذاعة نفسها بإنتاجه و إعداده، و قليلا ما يأتي الإعلان أيضا من طرف وكلات الإعلان.[6]

-وظيفة التسلية: لا يمكن للإعلام أن يسير على نسق واحد من الجدية و المثالية، فلابد من مساحات للترفيه.[7] و قد راى "تشارلز رايت" ان الاتصال الجماهيري يقوم بوظيفة الترفيه عند الناس، بغض النظر عن النتائج الاجتماعية المترتبة عن ذلك.[8] حيث تقوم الاذاعة بتسلية مستمعيها و الترفيه عنهم عن طريق الأغاني و المنولوجات و البرامج الترفيهية و عن طريق نقل المسرحيات الدرامية و الغنائية و تقديم المسلسلات و التمثيليات المذاعة بالاضافة الى الرياضة و الحفلات الدينية. و الإذاعة في كل ما تقدمه من برامج يجب أن تحرص على احترام القواعد الخاصة بالفنون الإذاعية حتى تستطيع الارتفاع بمستوى المستمع الثقافي و الاخلاقي.[9]

---

(1) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشاتها و تطورها، مرجع سابق،ص.180.
(2) محمد نصر مهنا، في تنظير الاعلام: الفضائيات العربية، العولمة الاعلامية المعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية،2009،ص.120.
(3) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص،ص،181،182.
(4) سعاد جبر سعيد، مرجع سابق،ص، 72.
(5) محمد منير حجاب، مرجع سابق،ص.183.
(6) بومنجل فوزي، الاعلان في الجزائر بين القانون و الممارسة، رسالة دكتوراه علوم، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة قسنطينة،2011/2010، ص.214.
(7) سعاد جبر سعيد، مرجع سابق، ص. 73.
(8) عصام سليمان الموسى، مرجع سابق، ص. 168.
(9) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص. 182.

بالاضافة الى هذه الوظائف المفتاحية التي تقوم بها الاذاعة المسموعة، هناك من شخص وظائف أخرى منها ما هي دقيقة و منها ما هي عامة، نورد في مستهلها الوظائف التي عددتها الباحثة "جيهان أحمد رشتي":[1]

–الدعاية الدولية: كانت المصالح و الظروف الاقتصادية للدول المختلفة قد جعلت الراديو يتطور تدريجيا ليصبح وسيلة للدعاية الدولية لقدرته على الوصول إلى الجماهير في الداخل و الخارج و بالتالي استخدمت الإذاعة للوصول الى الجماهير الأجانب فوق رؤوس حكوماتهم، لكن الدعاية الدولية بالراديو انحصرت في محاولة الوصول الى كل جماعات المواطنين و استمالتهم بلغاتهم، لقد أصبح الراديو سلاحا من أسلحة الحرب النفسية و أداة رئيسية في العلاقات الدولية و يعتبر الوسيلة الدولية الأساسية لأنه يستطيع أن يصل الى مناطق بعيدة و التشويش على إشاراته صعب جدا و مكلف.

–الوظيفة السياسية: قبل انتهاء الحرب العالمية طور الرواد من هواة الراديو الإذاعة عبر مسافات كبيرة و نجحوا في استخدام الموجات القصيرة وفي تحقيق اتصال فعال عبر الحدود الوطنية ، و استخدم الراديو في أغراض سياسية للمرة الأولى حينما عينت جريدة "لندن تايمز" (لي دي فورست) كمراسل حربي و كلفته بمهمة نقل أخبار الحرب اليابانية الروسية عام (1904–1905) و كان يبث تقاريره إليها.

–الوظيفة العسكرية:أستخدم الراديو لأغراض عسكرية للمرة الاولى في عام 1905 حينما إستعملته روسيا في الاتصال البحري، أستخدم في تلك الفترة في التجسس و في أغراض إستطلاعية خلال الحروب و مع مرور الوقت و تغير الظروف سواء التكنولوجية أو الرهانات المنوطة بوسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة و الاذاعة المسموعة بصفة خاصة و ما حدث من تطورات في المستوى السياسي أو الاجتماعي أو الثقافي للدول تغيرت بطبيعة الحال وظيفة الإذاعة المسموعة من حيث الشكل و المضمون و لعل أبرز الوظائف التي ظهرت يمكن رصدها فيمايلي:[2]

–لها دور في مجال التفاعل الاجتماعي، أي إقامة علاقات بين افراد المجتمع.

–تثير قضايا يدور حولها الحوار الاجتماعي.

– ترسخ قواعد و قيم و قوانين المجتمع و تزرعها و تؤكدها في المجتمع.

–تنقل تراث و خيرات (المعنوية) الأجيال و المجتمع للأجيال التالية.

– تعد أحد أهم أدوات إحداث التغيير في المجتمع.

–تنهض بالمستوى الثقافي في المجتمع.

–تقدم المواهب الواعدة و الاهتمام بها، حيث تتبنى هذه المواهب و تدفعها الى الأمام.

–تقاوم التيارات المنحرفة التي تظهر في المجتمع و تتصدي لها.

–تعد أحسن وسيلة يمكن إستخدامها في مجال الانقاذ أو في حالة الطوارئ.

---

[1] جيهان احمد رشتي، الاعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986، ص،ص.6 ،8.

[2] غزال الرافدين، الاذاعة المسموعة في الموقع:

http://w.w.w.shabab 100 100. com/shabab/foromdisplay.php؟f =28.

-تنمي روح النقد و المعارضة و الديمقراطية لدى الجمهور، خاصة اذا إعطيت هامشا كاف من الحرية.
و قد كشف "مندلسون" أبعاد و وظائف الراديو التي تتجاوز الوظائف التقليدية و أهمها مايلي:[1]
-وظيفة التنظيم: ينظم الراديو يوم المستمع، فهو يحقق إيقاع معينا للنشاط اليومي للفرد، فالأسلوب الإذاعي ينساب إلى المستمع في الصباح و قبل أن يخرج الى العالم الخارجي كأن يقدم له ما يجري في العالم من الأحداث و التهديدات المحتملة الروتينية اليومية، كما يساهم الإرسال الصباحي في تشكيل مزاج المستمع و تحديد اطاره العقلي، كما أن إرسال نهاية السهرة يهدئه سيكولوجيا و يهيئه لإستقبال يوم جديد.
-وظيفة المرافقة: يلعب الراديو دور الرفيق و يساعد في حفظ التوترات الناتجة عن روتين العمل اليومي من جهة و الشعور بالعزلة من جهة أخرى.
-الوظيفة المزاجية: يرى "مندلسون" أن قابلية الراديو للتعديل وفقا لمزاج المستمع و إطاره السيكولوجي في وقت معين من أهم وظائف الراديو و مميزاته، فوجود محطات إرسال عديدة يعني وجود مجال واسع للإختيار و الإنتقاء بحيث يصبح من السهل أمام المستمع لكي يستمع إلى ما يوافقه سيكولوجيا و مزاجيا.
-وظيفة نقل الأخبار و نشرها: يعد الراديو وسيلة مهمة تربط المستمع بما يدور حوله من أحداث و هذا يمثل الدور الاعلامي للراديو، فمستمعي الإرسال الإذاعي عادة ما يديرون مؤشرات الراديو للاستماع الى الأخبار الهامة.
-الوظيفة الاجتماعية أو وظيفة التسهيل الاجتماعي: يتيح الراديو الفرصة أمام المستمع أن يشارك سيكولوجيا في أحداث اليوم و أخباره، كما أنه يسمح له أيضا بأن يشترك مع الأخرين في تشكيل منوعة من الأحداث ذات المغزى و الإهتمام المشتركين، حيث يستخدم لتحقيق نوع من التقارب و الإرتباط بينه و بين غيره من المستمعين لمجرد إشراكه في الإستماع إلى الأخبار نفسها و البرامج ذاتها، إضافة إلى أنه قد يناقش الأخرين فيما سمعه من أخبار أو ما تابعه من برامج إذاعية، فالراديو يخلق مجال إهتمام مشترك و بالتالي يدعم التفاعل الاجتماعي بموضوعات جديدة.
و للإذاعة المسموعة وظائف مهمة تقوم بها في مجال الرأي العام تلخص على النحو التالي:[2]
-تحقيق الحد الأدنى من وحدة التفكير و الشعور و الهدف و القيم اللازمة للتماسك.
-حفز الناس على اختلاف ميولهم و إتجاهاتهم على الإهتمام بمسائل الأمة و مناقشتها.
-التخفيف من حدة العصبيات الأقليمية و التقليل من شأنها.
-تثقيف الجماهير و إشباع إحتياجاتها الفكرية و النفسية و الإرتفاع بمستوياتها الثقافية و الحضارية .
-القيام بدور أساسي في الدعوة للقيم الجديدة و تدعيم القيم التي تستخدم للتطور بما يتناسب مع ظروف الحياة الجديدة، فالراديو أداة قوية في أيدي المسؤولين في خطط التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الدول النامية.

[1] محمود عودة، ، اساليب الاتصال و التغيير الاجتماعي، دار النهضة الغبية، بيروت،1988، ص،ص. 40،41.
[2] عاطف عدلي العبد، الدعاية: الاسس النظرية و النماذج التطبيقية، مرجع سابق،ص،ص.97،98.

كذلك أثبتت بعض الدراسات دورا مهما للراديو في مجال التغيير الاجتماعي و كانت هذه الدراسات الميدانية قد أجريت في مصر و هي لعديد من الباحثين في مجال الاتصال نوجزها كمايلي:[1]

– وجد العالم الامريكي "دانيل ليرنر" أن الراديو غير كل شيء في مصر، فالناس في أقصى القرى أصبحوا يسمعون عما يحدث في أي مكان.

– و وجد "إدموند برونر" أن الراديو في مصر يؤدي دورا هاما في القضاء على عزلة القرويين و يربطهم بأحداث مجتمعهم.

–و في دراسة "للخطيب و هيراباياش" ثبت أن هناك علاقة بين التعرض لوسائل الاعلام و إنتشار الأفكار الجديدة، كما وجد أن مستمعي الراديو يرغبون أكثر في تغيير الأوضاع التقليدية.

–و في دراسة لــ "ابراهيم أبو الغد" وجد أن الراديو مصدر المعرفة الأساسي لأهل القرية.

–و في دراسة لــ "محمود عودة"، وجد أن الراديو يؤدي دورا هاما في نقل المعلومات ذات الطابع السياسي و الاجتماعي، كما وجد بأن هناك علاقة إرتباطية بين الإستماع الى الراديو و الموافقة على التجديد و ممارسته.

–و في دراسة لــ "يوسف الحاروني"، خلص فيها الى أن الراديو يذكي الرغبة في التغيير و يجذب المستمعين الى العمل السياسي و يساعد على بلورة الاهداف الدنيوية و يزيد التقمص الوجداني و في معلومات المستمعين.

–و في دراسة ميدانية أجرتها "شهيناز طلعت" وجدت فيها أن الراديو يؤدي دورا في توسيع آفاق القرويين.

إن مثل هذه الدراسات تؤكد لنا الوظيفة التغيرية التي تقوم بها الاذاعة المسموعة في المجتمعات بصفة عامة و تضع أمام أعيننا نتيجة مفادها بأن "الاذاعة تستطيع القيام بوظيفتها و دورها في التغيير الاجتماعي معتمدة على برامجها و قدرتها على مصاحبة الفرد طيلة يومه".[2]

كما يبرز دور الراديو جليا في جانبين هما: الثقافي و الاجتماعي، حيث يساهم في بناء الإطار الثقافي و الاجتماعي للفرد داخل المجتمع و يتجلى دوره فيمايلي:[3]

–المساهمة في إعادة بناء الأفراد و تنمية تكوينهم بإستمرار عن طريق العمل على التخلص من المفاهيم و الأفكار و العادات البالية و ما إلى ذلك من موروثات التخلف و العمل على نشر و إرساء القيم و الأفكار الجديدة.

–المساهمة في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع بالعمل على ملاحقة و نشر العلم.

–المساهمة في تضييق حجم الأمية و القضاء على الجهل بتيسير المعرفة و نشر العلم.

---

(1) عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الاعلام التنموي و التغيير الاجتماعي: الاسس النظرية و النماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، الطبعة الخامسة، القاهرة،2007،ص،ص.221،223.

(2) نفس المرجع،ص.221.

(3) عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الإذاعة و التلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة،1987،ص،ص.25،28.

و في هذا الإطار كان الدور الثقافي –الوظيفة الثقافية– من أخطر المهام الملقاة على عاتق المنظرين و المخططين الإذاعيين بحكم المفهوم الشامل للثقافة و أن الدور الثقافي للراديو يزداد أهمية و ضرورة خاصة في المجتمعات التي تنتشر فيها الأمية و التي تقل فيها عادة القراءة و التي تصل إليها الصحف بانتظام، فالتثقيف بالراديو أسهل و أسرع من التثقيف بالكتاب أو الصحيفة، و يمكن القول بأن الثقافة المتدفقة من الراديو هي سلاح ذو حدين على اعتبار أن الراديو أداة محايدة يمكن إستخدامها في التثقيف أو في تغييب العقل، فليست العبرة بالوسيلة فقط و لكن بالغاية التي تتمثل في المادة الثقافية التي يبثها الراديو، فهو ليس مجرد وسيلة لنشر الثقافة بين الجمهور فحسب، بل يساهم في صياغة مضمون الثقافة و تطويرها و تغييرها و إظهارها او تجسيدها في أشكال جديدة.[1]

و يقر "مندلسون" بأن محاولة الكشف عن الوظائف غير الواضحة أو غير المعروفة التي يحققها الإستماع الى الراديو، تبقى هي الإتجاه الصحيح لدراسته ، فمن الضروري الكشف عن الوظائف و الخصائص و المزايا الكامنة و الظاهرة على السواء من أجل الكشف عن الاستعمالات السيكولوجية أو الفوائد النفسية التي يجنيها المستمع من الراديو و أنواع الإشباعات التي قد لا يستشعرها.[2] بالإضافة الى كل المخرجات الاجتماعية لهذه الوسيلة.

7–انواع الاذاعات:

يمكن تصنيف الإذاعات المسموعة إلى عدة أنواع و حسب معايير محددة سلفا، و بناء على كل معيار يتحدد نوع الاذاعة التي سنأتي على ذكرها كالآتي:

7–1–حسب اسلوب السيطرة و التمويل و الأهداف التي تسعى الاذاعة إلى تحقيقها:

7–1–1–اذاعات حكومية:[3] و هي التي تقع تحت سيطرة الحكومة مباشرة، و تمولها الدولة من خزينتها، و تشرف على مضمون برامجها و تحدد الدولة الأهداف التي يجب أن تعمل الإذاعة على تحقيقها. و هذا النمط من الإذاعات موجود في أغلب الدول النامية.

و يمكن رصد الخصائص الإيجابية التي تتميز بها عن غيرها من الإذاعات و كذا تشخيص جوانب القصور في أداء الخدمات في هذا النوع من الإذاعات كمايلي:[4]

أ–الجوانب الايجابية:

–تحقيق المصلحة العامة: فهي تسهم بقدر كبير في النهوض بالمجتمعات ثقافيا و علميا و سياسيا و تنمويا و اجتماعيا.

---

[1] نبيل راغب، العمل الصحفي: المقروء و المسموع و المرئي،الطبعة الأولى، مكتبة لبنان ناشرون، الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان مصر،1999،ص،ص.324،325.
[2] عبد العزيز شرف، ،مرجع سابق،ص،ص.192،193.
[3] اياد شاكر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق، الاردن،2003، ص.50.
[4] أمينة صبري، خالد جمال عبدو:مكانة الإذاعات الحكومية و دورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة، سلسلة بحوث و دراسات اذاعية، عدد (62)، اتحاد اذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية،تونس،2008،ص،ص.114-121.

-تحقيق التماسك الاجتماعي السياسي: فهي تخلق ثقافة متوازنة تجمع بين ثقافات فئات المجتمع الواحد و ذلك من خلال إتاحة الفرصة أمام فئات المجتمع للتعبير عن نفسها ثقافيا في إطار مبدأ التنوع داخل الوحدة و تحقيق الإندماج لتقوية النسيج الوطني للشعب الواحد.

-تبني القضايا القومية للأمم: فهي تلعب أدوارا هامة في الحفاظ على الخصوصية الوطنية و في تأكيد الهوية الثقافية للمجتمعات.

-المشاركة في التكامل مع خطط التنمية: تعمل كجزء من خطة الحكومة على مكافحة الأمراض و المشكلات الاجتماعية مثل الأمية و الفقر و الزيادة السكانية، فهي عامل فعال و إيجابي في التأثير التنموي على المجتمعات.

-الحفاظ على الهوية الوطنية: فهي تستطيع أن تستلهم التراث و التاريخ و العادات و التقاليد في إطار مواد إعلامية جذابة، فهي بذلك إحدى الوسائل الهامة للحفاظ على التراث و إثراء الوجدان الثقافي.

-الوصول إلى مختلف فئات المجتمع: نظرا لإمكانية الوصول إلى المناطق النائية و الجبال و الصحاري و البراري. فهي تصل إلى هؤلاء الأفراد و التعبير عن مشاكلهم و عاداتهم و تقاليدهم، كما تسهم في دمجهم داخل المجتمع.

-تقديم الخطاب الديني المستنير فهي تستطيع أن تقدم خطابا دينيا معتدلا.

-الإهتمام بالفئات النوعية في المجتمع.

-الإهتمام بالطفل.

-الإهتمام بالتراث الشعبي.

ب-الجوانب السلبية:

- في الجانب الاداري:

-تدار الإذاعات الحكومية عن طريق شبكة معقدة من القوانين و اللوائح القديمة التي تعوق العمل الإذاعي.

-تؤثر البيروقراطية بالسلب على أدائها المهني و مستواها الخدمي و عن إتباع الأساليب الحديثة في الادارة و التخطيط.

-تعاني الإذاعات الحكومية من المركزية الشديدة في إتخاذ القرارات مما يؤثر في حالة تناول الأحداث المختلفة.

-تتحكم الإدارة في العمل الفني و التحريري و المهني داخل المؤسسة الإعلامية.

-يعتمد نظام التعيين و الترقي على تكليف أهل الثقة و ليس أهل الخبرة و الكفاءة.

-غالبا ما يتولى إدارة الخدمات الإعلامية أفراد من الأمن ليست لهم علاقة بالعمل الإعلامي.

-تفشي بعض مظاهر الفساد في الإدارة.

-تدني المرتبات.

- في الجانب التحريري:

-يتم وضع سياسات تحريرية تتماشى مع الخط الرسمي للحكومة.

-يقل سقف الحريات في الإذاعات الحكومية بشكل ملحوظ.

-عدم وضع اهتمامات و إحتياجات المستمع كأولويات ضمن أولويات الإذاعة الحكومية.

-التأكيد على شرعية النظام الحاكم و الترويج لأفكاره، و الدعاية المباشرة لعناصره و التبرير لما قد يثار حول فساد النظام أو عدم أهليته.

- في الجانب الفني:

-تفتقر الإذاعات الحكومية عموما إلى الإمكانيات التكنولوجية، فيما يتعلق بمختلف مراحل الإنتاج الإذاعي من تسجيل و مونتاج و بث.

-عدم وجود قاعدة بيانات شاملة لدى المحطات الإذاعية الحكومية.

-قلة فرص التدريب للطاقم الفني و كذا عدم اطلاع العاملين على أحدث ما توصل اليه العلم في مجال تكنولوجيا الإعلام.

يخضع الراديو في كل الدول للتشريعات التي تصدرها الدولة ، و هناك العديد من الاعتبارات التي تدعو الدولة إلى ممارسة الرقابة على خدمات الراديو كالاعتبارات الفنية الخاصة بالترددات و المحافظة على النظام العام بالإضافة إلى مقتضيات العلاقات الدولية.(1) و نتج على هذا الأساس التشريعي أربعة أنظمة نوجزها كمايلي:

-نظام الاشراف الحكومي: تمتلك الحكومة تحت هذا النظام هيئات الاذاعة المسموعة و تشرف عليها و تديرها و تتخذ الاذاعة في ظل هذا النظام شكل هيئة حكومية تتبع احدى الوزارات كوزارة الاعلام او وزارة الثقافة أو قد تتخذ شكل هيئة مستقلة ماديا و اداريا و تخضع لاشراف الدولة المباشر، و ينتشر هذا النظام في معظم الدول خاصة الدول النامية التي تقوم برسم سياستها الاعلامية و تحديد أهدافها الاعلامية بما يتفق و المصلحة العامة للدولة،حيث تلقى على عاتق الاذاعة المسموعة مسؤولية توحيد الفكر و المشاركة في عملية التنمية و الحفاظ على النظام العام و دحض الشائعات و الارتقاء بالمستوى الثقافي لجمهور المستمعين.(2)

فلا يستطيع أحد أن يغفل أو يتجاهل مميزات الإذاعات الحكومية و تأثير هذه الاذاعات على جماهير المستمعين على كافة الأصعدة الاجتماعية و الثقافية و السياسية و النفسية و التنموية. فلا ينبغي التعامل مع هذه الاذاعات بمنطق الاستحياء أو التسويغ أو التبرير، لأنها قدمت خدمات جليلة لمجتمعاتها بالرغم من التحديات الخطيرة التي تواجهها مثل انتشار وسائل الاتصال الحديثة و المتطورة و نشأة الاذاعات الخاصة.(3)

(1) محمد علي العويني، الراديو و التنمية السياسة، عالم الكتب، القاهرة،1981،ص.19.
(2) عاطف عدلي العبد، النظم الاذاعية :راديو و تلفزيون في العالم، مطبوعة غير منشورة، القاهرة،2008،ص،ص،4،5.
(3) امينة صبري، خالد جمال عبدو، مرجع سابق،ص.115.

-النظام الاحتكاري:تحت هذا النظام تعطي بعض الحكومات حق الإذاعة إلى هيئة واحدة عامة أو خاصة، يسمى هذا النظام بالنظام الإحتكاري على غرار نظام هيئة الإذاعة البريطانية و تتمتع هذه الهيئات بقدر كبير من الحرية.[1] و يهدف هذا النظام الإحتكاري للإذاعة إلى تقديم خدمة عامة تتصف بالتكامل و التوازن لجمهورها، كما تعطي وزنا كبيرا لرغبات مواطنيها التي تتعرف عليها عن طريق بحوث المستمعين. و يتم تمويل الإذاعة في ظل هذا النظام إما عن طريق تخصيص جزء من ميزانية الدولة لهيئة الإذاعة أو عن طريق فرض ضريبة على أجهزة الراديو، أو فرض ضريبة على إستهلاك التيار الكهربائي أو تخصيص إعانة حكومية لتغطية جزء من نفقات الإذاعة.[2]

-النظام التجاري الحر: تحت هذا النظام يمكن للأفراد و الشركات و الهيئات إمتلاك محطات الإذاعة و ذلك عند توفر شروط معينة، و تخضع هذه المحطات إلى قدر محدود من التنظيم و الإشراف بالنسبة لقوة الارسال.[3] و لا ترتبط المؤسسات الإذاعية في هذا النظام بأية رابطة مع الدولة و لكنها تخضع للقوانين و القواعد الفنية التي تضعها الدولة لتسيير عمل هذه المؤسسات. [4]إن حجر الزاوية لهذا النظام هو التنافس بين المحطات لجذب أكبر عدد ممكن من المستمعين و المعلنين، أما تمويل هذه المحطات التجارية فيتم عن طريق إذاعة الإعلانات.[5]

-النظام الإذاعي المختلط (النظام الإحتكاري التجاري): و فيه تسمح الحكومة للأفراد و الهيئات الخاصة بأن تمتلك بعض محاطات الإذاعة إلى جانب الهيئة العامة.[6] و يعتبر أفضل مثال لهذا النظام الإذاعي النظام الكندي حيث تعمل المحطات الخاصة جنبا إلى جنب مع هيئة الإذاعة الكندية الرسمية، كذلك تأخذ اليابان و أستراليا بمثل هذا النظام.[7] و عليه فإن الدولة في هذا النظام تسيطر على مؤسسات الإذاعة و تجعلها مؤسسات في خدمة المجتمع، كما تسمح لها بإذاعة الإعلانات، إضافة إلى قيامها بتمويلها و بفرض الرسوم على أجهزة الإستقبال الإذاعية.[8]

و في الأخير أيا كان النظام السائد، فإن الإذاعة تعكس صورة واضحة للبلد التي تنطق باسمها، أي أنها تعكس النظام السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي و العادات و التقاليد، و مدى ثقافة هذا البلد الفكرية و الفنية.[9]

7-1-2-إذاعات تجارية:[10] و هي إذاعات تملكها مؤسسات تجارية أو أفراد من إعلانات تجارية و يطغى جانب الترفيه على برامجها و لا تسعى إلى تحقيق أهداف سياسية في أغلب الأحيان.

---

(1) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشاتها و تطورها،مرجع سابق، ص.174.
(2) عاطف عدلي العبد، النظم الاذاعية:.رايو و تلفزيون.، مرجع سابق،ص.7.
(3) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشاتها و تطورها،مرجع سابق، ص.174.
(4) عاطف عدلي العبد، النظم الاذاعية:.رايو و تلفزيون.، مرجع سابق،ص.7.
(5) ابراهيم الدقوقي، مرجع سابق،ص.11.
(6) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشاتها و تطورها،مرجع سابق، ص.175.
(7) عاطف عدلي العبد، النظم الاذاعية: رايو و تلفزيون، مرجع سابق،ص.9.
(8) ابراهيم الدقوقي، مرجع سابق،ص.10.
(9) محمد منير حجاب، مرجع سابق،ص.175.
(10) اياد شاكر البكري، مرجع سابق ، ص.50.

7-1-3-إذاعات دينية:[1] و هي إذاعات ممولة من قبل مؤسسات دينية، تقوم ببث برامج تفسر و تشرح ديانة معينة، و قد لعبت هذه المحطات دورا بارزا في حملات التبشير و مازلت تقوم بنشاطات في هذا الجانب خاصة في الدول الفقيرة.

7-1-4-إذاعات تتبع مؤسسة الدولة: مثل اذاعة الامم المتحدة.

7-1-5-إذاعات سرية: و هي إذاعات مجهولة الهوية و لا تفصح عن مصدرها و تقوم ببث برامجها من مناطق أو مياه دولية و في الغالب تستخدم في بث رسائل معينة إلى جمهور معين في فترة معينة.[2]

7-2- حسب قوة إرسالها و الجمهور الموجهة إليه: تنقسم محطات الإذاعة وفقا لقوة إرسالها إلى ثلاثة أنواع:

7-2-1-الإذاعات المحلية (المحطات الإقليمية): و التي يغطي إرسالها مدينة معينة أو دائرة محدودة تشمل إقليما معينا.[3] و في نفس الوقت نجد بالضرورة في كل مكان إقليم، مجتمعات محلية متنافسة تجمعها المصالح الإستيطانية. و يمكن أن تنشأ إذاعات محلية صغيرة.[4]

4-2-2-الإذاعات الدولية (الموجهة): هي تلك الإذاعات التي توجه برامجها من دولة إلى أخرى أو منطقة أو يصل إرسالها إلى أنحاء العالم بلغات شعوب الدول التي تستهدفها ، و وفقا للزمن الذي يوافق تلك الشعوب و ذلك وفق ما تخططه الدولة ضمن سياستها الإعلامية بحيث يصل صوت الدولة الباثة للإرسال وفق سياسة إعلامية مخططة هادفة و ليس بشكل عفوي.[5]

و قد تطورت الإذاعات الدولية منذ العشرينات من هذا القرن عبر مراحل أربعة هي على التوالي:[6]

-مرحلة تبادل البرامج و الخدمات الإذاعية و بدأت عام 1923.

-مرحلة توجيه الإذاعات لمواطني الدولة خارج حدودها و قد بدأت في منتصف الثلاثينات.

-مرحلة نقل الإذاعات الموجهة من الدولة المستعمرة إلى مستعمراتها.

-مرحلة الإذاعات الدولية الموجهة لمواطني الدول الأخرى.

4-2-3-الإذاعات الوطنية المركزية: و هي إذاعات ناطقة بإسم الدولة و تبث من العاصمة و تغطي الوطن بأكمله و تخدم جميع المواطنين، و تهتم بالكليات دون التفصيلات.[7] و قد يمتد مجال إرسالها بحيث يمكن أن يستمع إليه خارج حدودها.[8] و تكون هذه الإذاعات في الغالب مؤسسات تابعة للدولة و تعمل من أجل المنفعة العامة عن طريق الإلتزام بالحياد و الصدق و تثقيف المجتمع.[9]

---

(1) اياد شاكر البكري ، مرجع سابق ،ص.50.
(2) نفس المرجع ،ص.51.
(3) غريب سيد أحمد، سامية محمد جابر، اسماعيل علي سعد، نعمات أحمد عثمان، علم اجتماع الاتصال و الاعلام، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،2004،ص.177.
(4) دليو فضيل، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999،ص. 138.
(5) محمد هاشم الهاشمي، مرجع سابق، ص.132.
(6) محمد معوض ابراهيم، محمد المنصف الشنوفي، عبد الباسط عبد الجليل محمد، هشام مصباح، دراسات اعلامية، الجزء الرابع، دار الكتاب الحديث، القاهرة،1995،ص.18.
(7) عصام أنيس، عبد الحميد زكي، مرجع سابق، ص. 115.
(8) غريب سيد أحمد و آخرون،مرجع سابق،ص.177.
(9) ابراهيم الدقدوقي ،مرجع سابق،ص.10.

كما يمكن إعتبار الإذاعات الوطنية القوية التي تتمكن من تخطي حدودها لتصل إلى مواطني الدول المجاورة بقوة الموجة التي تبث بها نوعا من الإذاعات الدولية.[1] و تهدف برامجها عموما إلى:[2]

-تعريف الشعوب بالحضارة و الفكر للبلد الباث.

-زيادة الروابط بين شعوب العالم.

-التعريف بوجهة نظر البلد إزاء المشكلات و القضايا الدولية.

-تعريف شعوب العالم بالإنجازات المهمة في المجالين الاقتصادي و الاجتماعي للبلد الباث.

-توثيق الروابط بين المغتربين و سكان البلد الأم و العمل على زيادة مساهمتهم الفعالة في مجالات التنمية الوطنية.

7-3- حسب نوع التردد الذي تبث عليه برامجها:

لموجات الراديو خصائص كهربائية و أخرى مغناطيسية و لذلك يطلق على موجات الراديو إسم الموجات الكهرومغناطيسية أو تختصر هذه التسمية إلى الموجات الكهرطيسية و تنتقل موجات الراديو في الأثير بسرعة ثلاثمئة مليون متر في الثانية الواحدة (300.000 كيلو/متر) و هي نفس السرعة التي ينتقل بها الضوء و تقاس طول الموجات الإذاعية بالمتر، فنقول أن الاذاعة تعمل على موجة طولها 483.9 متر، و بذبذبة قدرها(600) كيلو سيكل في الثانية، أي أن الموجات تتحدد و تعرف أيضا بعدد ذبذبتها، و هو مصطلح يطلق على ذبذبات الموجة في الثانية الواحدة و تسمى بالتردد.[3]

و تعرف الموجة بأنها حيزالتردد الذي يشغل لغاية البث أو إعادة البث الإذاعي أو التلفزيوني، بينما مصطلح الترددات فيشير إلى مخصصات البث الإذاعي و التلفزيوني من الطيف الترددي و المحددة وفقا لإصدارات الاتحاد الدولي للاتصالات "ITU"[4] و يمكن تقسيم حيزات موجات الراديو إلى ثماني فئات هي:[5]

-الحيز الأول: الموجات الطويلة جدا ذات التردد المنخفض جدا (Very Low Frequency)، حيث الحد أن الأدنى له (10) كيلوهرتز و الحد الاعلى(30) كيلوهرتز،و يستعان بهذه الموجات في المجالات العسكرية.

-الحيز الثاني: من(30) إلى(300) كيلوهرتز للموجات الطويلة ذات التردد المنخفض (Low Frequency) و تستعمل في المجالات البحرية و الإذاعة.

-الحيز الثالث: من (30) إلى(3000) كيلوهرتز و تعمل به الموجات المتوسطة للإذاعة، كما يستخدم أيضا في المجالات البحرية للتردد المتوسط (Medium Frequency).

---

(1) محمد معوض،الخبر في وسائل الإعلام،الطبعة الأولى،دار الفكر العربي،القاهرة،1994،ص.47

(2) انشراح الشال، المغترب و وسائل الاتصال،دار الفكر العربي،القاهرة،2007،ص،ص.245،246

(3)انشراح الشال،الاعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية:دراسة لشبكات التلفزيون،دار الفكر العربي،الطبعة الثانية،القاهرة،1993،ص،ص.14،15

(4) وثيقة مبادئ تنظيم البث الفضائي الاذاعي و التلفزيوني في المنطقة العربية (2008/02/12) مجلة الاذاعات العربية، عدد(1)،تونس،2008،ص.7.

(5) انشرح الشال، الاعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية:دراسة لشبكات التلفزيون، مرجع سابق،ص.18

-الحيز الرابع: من(3)إلى(30) ميجا(ميليون)هرتز و يشمل الموجات القصيرة ذات التردد العالي (Hight Frequency) و تستخدم هذه الموجات في جميع المجالات.

-الحيز الخامس: من(3)إلى(300) ميجاهرتز و يشمل موجات قصير جدا ذات تردد عالي جدا (Very Hight Frequency) و تستخدم في مجالات الاذاعة بالراديو (FM) و التلفزيون و المحطات المتنقلة.

-الحيز السادس: من(300)إلى(3000) ميجاهرتز و هي لموجات قصيرة جدا و ترددها فوق العالي جدا (Ultra Hight Frequency) ولا تستخدم في الراديو.

-الحيز السابع: من(3)إلى(30) ميقا (مليار) هرتز للموجات المتناهية القصر أو الميكرو ويف ذات التردد الفائق العلو (Super Hight Frequency).

-الحيز الثامن: و هي موجات شديدة التناهي في القصر و يتجاوز ترددها (30) ميقاهرتز أي تردد متناه في العلو (Extra Hight Frequency).

و يمكننا تجميع هذه الترددات و تصنيفها في خمسة أصناف رئيسية تبعا لقوة الارسال على النحو التالي:[1]

-الموجات الطويلة (Long Wavell(L.W و هي موجات أرضية تستخدم في أحوال قليلة لكثرة عيوبها.

-الموجات المتوسطة (Medium Wavell (M.W و يطلق عليها إذاعيا تضمين الذروة و معناه ذروة الصوت من الناحية العملية و لكنه من الناحية العلمية يمثل نوعا من الإرسال الإذاعي و هي تصل ليلا إلى مسافات أبعد مما يمكن أن تصل إليه نهارا.

-الموجات القصيرة (Short Wave (S.W: و هي موجهة إلى السماء و يرسل بها إلى أقصى مكان في العالم، إذ أن مداها طويل جدا، فهي تدور حول العالم ستة مرات في الثانية الواحدة، و هي تتميز بالقوة (الوضوح) و المدى البعيد (المسافة).

-الموجة المتناهية القصر (Alti Short Wave Microwive) : : هذه الموجة يمكن إستقبالها في إطار محدود قد لا يتعدى المدينة لكنها تتميز بالوضوح الكامل، و هي ذات تردد عال.

-موجة تضمين التردد:(Frequency Modulator (F.M : و هي موجة شديدة الوضوح، و فيها تتفاوت طبقة التردد و هي متحررة من الأصوات الحادة الفجائية التي تصدر من الاذاعات (M.W) و الأصوات التي تصدر عنها أصدق في التعبير عن الأصوات من إذاعات (M.W).

---

[1] عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: الجديد في انتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، دار الفكر العربي،الطبعة الأولى،القاهرة،1996،ص،ص،73،74.

خلاصة

تعتبر الإذاعة المسموعة واحدة من أكثر وسائل الاتصال الجماهيرية شيوعا و فعالية إعلامية، وهذا لما لها من خصائص تؤهلها لذلك كالتغلب على الصعوبات الطبيعية أو المصطنعة بالإضافة إلى الخصائص التقنية التي تمتلكها هذه الوسيلة كالتحكم في قوة الإرسال و كذا سرعة انتقال الموجات عبر العالم و أهم ما يميزها عن غيرها من وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى أنها تعتبر وسيلة تخاطب الأمي و المتعلم في نفس الوقت وعليه فهي تتخطى أكبر عقبة تواجهها الوسائل الإعلامية المتبقية ألا و هي القراءة و الكتابة.
إن الإذاعة المسموعة منوطة بأدوار و وظائف متنوعة شأنها شان وسائل الاتصال الأخرى كالأخبار و الإعلان و نقل التراث الثقافي و التنشئة الاجتماعية و التسلية ، إلا أن لها وظائف أخرى أخطر و أثقل كالوظيفة السياسية و الدعاية الدولية و الوظيفة العسكرية ، تقوم من خلالها بالتأثير على الرأي العام و الجمهور باعتبارها وسيلة اتصال دولية لا يمكن وقفها، و تزداد أهمية الإذاعة و تأثيراتها لما تتميز بسهولة في الفهم و ليونة في طرح المواضيع و تنوع في عرض المضامين، كما تصنف الإذاعات تبعا لمعايير محددة مسبقا تضعها الدول المالكة لهذه الوسائل و تستند فيها إلى فلسفة معينة فينجر عنها إما إذاعات حكومية أو إذاعات تجارية أو دينية أو السرية و إما إذاعات تبعا لنوع التردد الذي تبث عليه برامجها.

الفصـــــل الرابــــع

التخطيط الإذاعي و العناصر البنائية للكتابة الإذاعية

1- المؤسسات الإعلامية و التخطيط الإذاعي.

2- التخطيـط الإعلامـي و علاقتـه بالتنمية.

3- أهميـة التخطيط الإعلامـي الإذاعـي.

4- معوقات التخطيط الإعلامي في الدول النامية.

5- تخطيـط الإعــلام الإذاعـي المحلـي.

6- اللغـة الإذاعيـــة.

7- الإنتـاج الإذاعـي فـي الراديــو.

8- عناصر الإنتاج الإذاعي في الراديـو.

9- مراحل الإنتاج الإذاعي في الراديـو.

10- التطورات التكنولوجية للإذاعة في الوقت الراهن.

تمهيد

إن التخطيط الإعلامي لا يعني تحديد الأهداف المستقبلية فقط و إنما يشتمل على رسم الخطط و التنسيق ووضع البرامج و متابعة التنفيذ و تقويم الأداء وهو بذلك يسمح لأكبر عدد من الجماهير التحرك بشكل صحيح و سليم من أجل تحقيق أهداف تنموية تخدم المجتمع ، و إن كل تخطيط مهما كان نوعه لابد و أن ينبثق من السياسة العامة لأي دولة ، فالمؤسسات الإعلامية هي مؤسسات تعمل على صيانة ثقافة المجتمع و نقلها إلى الأجيال وتعتبر خزان لها .

لقد تناولنا بالمعالجة في هذا الفصل شقين الأول يتعلق بمفهوم المؤسسة الإعلامية بوصفها المجال الطبيعي لعملية التخطيط ثم تناولنا علاقة التخطيط الإعلامي بالتنمية على اعتبار أن التنمية ما هي إلا تجسيد لعمليات تخطيط مستمرة ، فأهمية التخطيط الإعلامي الإذاعي و مختلف العوامل المساعدة على إنجاحه ، بعدها عرجنا على معوقات التخطيط الإعلامي في الدول النامية على اعتبار أنها مشكلات تكاد تكون مشتركة في حقل الإعلام و الاتصال بشكل عام في هذه الدول لنصل في آخر هذا الشق إلى تخطيط الإعلام الإذاعي المحلي الذي يعد أحد الميكنزمات لتطوير التنمية المحلية. أما الشق الثاني فقد تعرضنا فيه إلى الكتابة الإذاعية و عناصرها البنائية ، ابتداء باللغة الإذاعة و خصائصها ثم أشكال الإنتاج الإذاعي في الراديو (الحديث و المقابلة ، التحقيق الإذاعي ، الدراما الإذاعية ، البرامج الإخبارية ، برامج المنوعات ، البرامج التعليمية و التثقيفية ، برامج الفيتشر، إعلانات الإذاعة) و عناصر الإنتاج الإذاعي كالأستوديو (الميكروفونات ، العناصر الصوتية) ثم مراحل الإنتاج الإذاعي بالراديو فالتطورات التكنولوجية للإذاعة في الوقت الراهن.

1-المؤسسات الإعلامية و التخطيط الإذاعي

1-1- تعريف المؤسسات الإعلامية:

إن التقسيم الوظيفي يصنف المؤسسات الإعلامية تحت نوع المؤسسات التعليمية و هي المؤسسات التي تقوم بصيانة ثقافة المجتمع و نقلها إلى الأجيال خلال السنين، أما التقسيم حسب السلطة فيضعها تحت نوع من المؤسسات و هي المؤسسات القائمة على قيم أخلاقية و قواعد سلوكية و تكون استجابة الجماهير لها استجابة أخلاقية مبنية على الاقتناع و اعتناق القيم و المبادئ التي تبثها هذه المؤسسات ، و التقسيم حسب الشريحة المستفيدة يضع المؤسسات الإعلامية في إطار المؤسسات التي تخدم الجمهور العام و تسهر على تحقيق مصالحهم، في حين أن التقسيم حسب التكنولوجيا يصنف المؤسسات الإعلامية في خانة المؤسسات العضوية و هو النوع الذي تتوافر فيه المرونة الكافية و التغيير النسبي في الإختصاصات و حرية انسياب المعلومات و أخيرا التقسيم حسب إستراتجية العلاقة مع البيئة تجعل من المؤسسات الإعلامية مؤسسات تتبع إستراتجية المبادرة في مواجهة التغيرات في البيئة الاقتصادية و الاجتماعية و التكنولوجية في المجتمعات، بناء على ذلك يمكن القول بأن المؤسسات الإعلامية هي مؤسسات تعمل على صيانة ثقافة المجتمع و نقلها إلى الأجيال و تستمد شرعيتها من قيم أخلاقية و مبادئ و قواعد سلوكية مبنية على اقتناع الجمهور بها و اعتناقه لها و لذا فان الطائفة المستفيدة منها هي الجمهور الكبير الذي تسهر على تحقيق مصالحه، هذه المؤسسات تتبع النموذج العضوي و تستخدم إستراتجية المبادرة في تعاملها معا مستجدات البيئة المحيطة بها.[(1)]

2-التخطيط الاعلامي و علاقته بالتنمية:

إن التخطيط الإعلامي يعني إتاحة الفرصة لأكبر عدد من الجماهير للتحرك بشكل موحد و تحديد اتجاهات هذا التحرك و أشكاله و قوته و توقيته لتحقيق أهداف تنموية تتصل بالمجتمع ككل و تنسحب نتائجها على الأفراد بشكل غير مباشر لتحقيق أهداف خاصة بالأفراد كأفراد و هي أهداف جزئية تنسحب نتائجها على الأفراد بشكل مباشر.[(2)] و يعتمد التخطيط الإعلامي التنموي على أسس و اطر واسعة لبرمجة أنشطة الاتصال (الإعلام) المختلفة، لغرض المساهمة في التغيير الاجتماعي و الفردي ضمن إطار عملية التنمية، إذ تستخدم الحكومات الإعلام التنموي لغرض تنمية الشعور بالهوية الوطنية (القومية) و إعلام الناس بأهداف التنمية و برامجها.[(3)]

فمفهوم التخطيط الإعلامي بصورة عامة يشير إلى:[(4)]

-التدابير أو الإجراءات التي يتخذها فرد أو جماعة أو هيئة أو دولة من أجل تحقيق غايات و أهداف محدودة في مدى زمني قد يكون قصيرا أو بعيدا.

---

(1) أمين سعيد عبد الغني، إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، ايتراك للنشر و التوزيع،الطبعة الأولى، القاهرة، 2006، ص،ص.53،54.

(2) محمد منير حجاب، الإعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 1998. ص،103.

(3) محمد جاعد الدليمي، التخطيط الإعلامي: المفاهيم و الإطار العام، دار الشروق، الطبعة الأولى، عمان، 1998، ص. 53.

(4) محمد منير حجاب، الإعلام و التنمية الشاملة، مرجع سابق، ص.175.

– مجموعة من السياسات الاقتصادية و الاجتماعية معبرا عنها في صورة كمية و مهام محددة.
– مجموعة من المراحل و الخطوات التي تتخذ لمواجهة الظروف خلال فترة زمنية مستقبلية.
كما يعرفه أكاديميون و ممارسون للتخطيط الإعلامي بأنه:[1]

–عملية إرادية مقصودة من العمليات الجماعية التي تقوم بها أجهزة متخصصة من أجل تنظيم و تعبئة الجهود، سواء أ كانت جهود الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات لكي يتسنى للمجتمع تعبئة إمكانياته المادية و البشرية تعبئة كاملة للنهوض بالمسؤوليات و تحقيق الأهداف المرجوة.

– توجيه نظم و وسائل الاتصال في المجتمعات النامية عن طريق جهاز مركزي لتحقيق الأهداف الأساسية لهذه الدول و خاصة دعم الوحدة الوطنية، و تعجيل و مساندة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية عن طريق استخدام الأساليب الفنية و العلمية للاتصال.

–عملية إرادية تقوم بها أجهزة متخصصة تقوم بالتشخيص و التنبؤ بمستقبل التطور الفكري و السلوك الإنساني، و تركز على تحليل دقيق لمستوى و وعي الناس و معارفهم، و مستوى التطور الاجتماعي بهدف خلق التهيئة الفكرية المسبقة الضرورية للمؤسسات الإعلامية أولا و عن البناء الاجتماعي الجديد في وعي الجماهير ثانيا.

–توظيف الإمكانيات البشرية و المادية المتاحة خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية أو الاتصالية مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات.

و لقد ميز الباحثون في الإعلام أنواع من التخطيط الإعلامي مقسمة كمايلي:

2–1–تخطيط الاتصالات: يتعامل مخطط الاتصالات مع مصادر نظام الاتصال بين نقطة و نقطة، بما فيها أنظمة البث التي تتبعها وسائل الإعلام كمحطات الأقمار الصناعية و يبحث المخطط في تهيئة و إيجاد المصادر لتلبية الاحتياجات الاجتماعية الضرورية، حيث نجد أنه في المجتمعات المتقدمة يتم تخطيط الاتصالات في إطار الاستجابة للطلبات الخدمية المتزايدة على وسائل الاتصال، بينما في المجتمعات المتخلفة التي تعتمد نظام المركزية فان التخطيط الإعلامي يتم في نطاق الاستجابة للاحتياجات الحكومية أو الاجتماعية في إطار الأهداف العامة، لهذا فان تخطيط الإعلام يتم في هذه البلدان دون أي مراعاة للتصور الاجتماعي حول نوعية و طبيعة مصادر نظام الاتصال المقترح.[2]

2–2–تخطيط الإعلام التربوي: و يقصد بالإعلام التربوي إنتاج و تسجيل و نقل الأفكار و النظريات و الحقائق و الأنظمة و الإحصاءات و الأنشطة الثقافية و الفنية و غيرها من المعلومات و البيانات المتصلة بالنظم و العملية التعليمية التي تسهم في تحسين نوعية التربية.[3] و يعتمد تخطيط الإعلام التربوي على أهداف اتصالية خاصة بالتعليم، و المخططون في هذا الحقل يصممون خططهم لإنتاج و استخدام جميع أنواع مصادر الاتصال من خلال استخدام[4] وسائل إعلام المؤسسات الحكومية التي تنشر الثقافة للجماهير

---

[1] عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد ، التخطيط الإعلامي، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2001، ص،ص. 163،164.
[2] محمد جاعد الدليمي، مرجع سابق، ص،ص.49،50.
[3] احمد إسماعيل احمد، الإعلام التربوي و دوره في التربية و التعليم، دار كنوز للمعرفة العلمية، الطبعة الأولى، عمان، 2008، ص.62 .
[4] محمد جاعد الدليمي، مرجع سابق، ص. 51.

و تعتني بالنواحي التربوية كهدف لتكييف الفرد مع الجماعة المحلية و من هذه المؤسسات الإذاعة المسموعة، التلفزيون، الصحف المحلية، دور السينما، الانترنيت.[1] و يعتمد تخطيط الإعلام التربوي على التوظيف الأمثل للإمكانيات البشرية و المادية المتاحة التي يمكن توافرها في وسائل الإعلام (الإذاعة المسموعة و المرئية) للوصول إلى أعلى كفاءة ممكنة.[2]

و تعد الإذاعة من أكثر وسائل الاتصال التربوي استخداما في ميدان النشر و الإبلاغ و الإعلام التربوي لما لها من صفات السرعة ، و الانتشار، و رخص الثمن ، و سهولة الحصول على المعلومة من قبل المتلقي، علاوة على سهولة انتشائها و إدارتها مقارنة بالوسائل ذات التقنية الأكثر تعقيدا كالتلفزيون و الحاسوب.[3]

2-3-تخطيط الإعلام التنموي: و يقصد به الجهودات المنظمة التي تبذل وفق تخطيط مرسوم للتنسيق بين الإمكانيات البشرية و المادية المتاحة في وسط اجتماعي معين بقصد تحقيق مستويات أعلى للدخل القومي و الدخول الفردية و مستويات أعلى للمعيشة و الحياة الاجتماعية في نواحيها المختلفة كالتعلم و الصحة و الأسرة [4] و الشباب و من ثم الوصول إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية الاجتماعية.

يعتمد تخطيط الإعلام التنموي على استخدام مصادر الإعلام بالاستفادة من جميع أنظمة الاتصال الموجودة (بين نقطة و نقطه، وسائل الإعلام، و الاتصال الشخصي) و يتواجد مخططوا الإعلام التنموي عادة في المؤسسات الرسمية، حيث يخططون على مستوى المشروعات باحثين عن الطرق الناجعة لاستخدام الاتصال في دعم برامج و سياسة التنمية إلى جانب خدمة الخطط القطاعية بالمجال الذين يعملون فيه و هم بذلك يشتغلون في إطار منظورات محددة لهم في نطاق الخدمة العامة، و إن التقييم يعد أكثر من ضرورة بالنسبة لمخططين مسترشدين في ذلك بمبدأ التغيير للأفراد، و للجماعات، و أحيانا تغيير الهيكل الكلي للنظام، يرافقه تأكيد مركزي على التغيير في مستوى معلومات و معرفة الجمهور، و الدعوة الدائمة إلى قياس التغيير في السلوك أيضا.[5]

2-4-تخطيط الإعلام القومي(الوطني): و يهدف هذا النوع من التخطيط إلى التحكم في مختلف قطاعات النشاط في المجتمع في إطار نظام متكامل من الأهداف التي تلبي حاجات المجتمع في جميع المجالات و تتمثل السمة البارزة في هذا المجال أنها تحاول التنسيق بين قطاعات و مجالات النشاط في المجتمع و تسعى إلى منح التداخل و الازدواج بينهما بما يحقق التكامل بين ما يرجى في مختلف جوانب المجتمع و قطاعاته.[6]

---

(1) احمد إسماعيل أحمد، مرجع سابق، ص.63.
(2) رفعت عارف الضبع، الإعلام التربوي، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص. 54.
(3) حارث عبود، الاتصال التربوي، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص. 167.
(4) احمد إسماعيل أحمد ، مرجع سابق، ص. 73.
(5) محمد جاعد الدليمي، مرجع سابق، ص،ص.53،54.
(6) عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، مرجع سابق، ص. 145.

3-أهمية التخطيط الإعلامي الإذاعي:

إن التخطيط الإعلامي بشقيه المسموع و المرئي يمثل ضرورة مهمة لإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها الدول النامية سواء بالنسبة للأنشطة التنموية أو الأنشطة الاتصالية، فكل الدول على السواء أدركت انه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد المادية و الطبيعية و البشرية بطريقة علمية و عملية بعيدا على العشوائية و التلقائية، و لقد أوضح "شرام" العلاقة الإرتباطية بين الاتصال الجماهيري و التنمية و التي من خلالها ألقى الضوء على الدور الهام الذي يضطلع به الإعلام و الاتصال في تطوير و تنمية المجتمعات، إن هذا الدور يركز في الوقت نفسه على توضيح مفهوم التخطيط الاتصالي و علاقته بالتنمية.(1) و يقوم التخطيط الإعلامي الإذاعي بصفة عامة على مجموعة من العناصر أهمها:(2)

أ-توفر المعلومات: لا تخطيط إعلامي بدون معلومات و يجب أن يشتمل على:

-ضرورة توفر المعلومات الدقيقة بشان الموارد المادية و الإمكانيات البشرية.

-ضرورة توفر المعلومات عن الخطط الوطنية الشاملة و الإقليمية و القطاعية.

-تعداد و توزيع السكان و أهم ملامح النمو السكاني.

-الأنشطة الاقتصادية و المجتمعية المختلفة و التي تشكل اقتصاد الدولة.

-الملامح الأساسية لمرافق الإعلام و الاتصال و الأنشطة المعاونة من وسائل و أجهزة، وكذا الجوانب التقنية لوسائل الإعلام.

-واقع التأهيل الأكاديمي و نتائج البحوث الإعلامية الأكاديمية و المهنية و توثيقها و التدريب الإعلامي على المستوى الوطني و المحلي.

-واقع الصناعات المتصلة بالنشاط الإعلامي و تدفق المنتجات الإعلامية و الثقافية و المصادر التي تعتمد عليها وسائل الإعلام.

-المشكلات و القضايا الاجتماعية و الثقافية بالمجتمع.

ب-وضع سياسة اتصالية واضحة: تعتمد هذه السياسة على عدة ركائز نوجزها فيما يلي:

-دمقرطة الاتصال: ليس جديدا أن نؤكد على ارتباط الإعلام بالسياسة، مثل هذا الارتباط جعل وسائل الاتصال متأثرة إلى حد كبير بالقرارات المتعلقة بالسياسة الخارجية و الداخلية للدول المعاصرة. إن دمقرطة الاتصال تعني تحليل تلك العلاقة الوثيقة بين مفهوم حقوق الاتصال الأساسية و الفرعية على السواء بمفهوم الديمقراطية، ففي المجتمعات الديمقراطية تتم تلبية احتياجات الاتصال عن طريق التوسع في ممارسة حقوق الاتصال كالحق في الحصول على معلومات، الحق في إعطاء المعلومات و الحق في المشاركة في الاتصال.(3)

(1) محمد منير حاب، الإعلام و التنمية الشاملة، مرجع سابق، ص، ص.111،113.
(2) عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد ، مرجع سابق، ص.166.
(3) محمد مصالحة، دراسات في الإعلام العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، السلسلة الإعلامية (3)، بغداد، 1984، ص، ص.57،58.

و يتكون مبدأ دمقرطة الاتصال من ثلاثة ركائز هي:
-الحق في الاتصال، و يستند إلى الحق الطبيعي للفرد في أن "يتجمع" مع الآخرين و أن "يعبر" عن نفسه و إن "يعرف" بصرف النظر عن المصدر الذي تأتي منه هذه المعرفة.[1] و قد أوضح "ماكبرايد" مكونات مبدأ دمقرطة الاتصال حيث يرى أن لكل شخص الحق في الاتصال، و تتمثل المكونات الرئيسية لحق الاتصال في:
-حق الاجتماع و الحق في المناقشة و الحق في المشاركة.
-الحق في الاستفسار و الحق في الحصول على معلومات و الحق في إبلاغ الآخرين بالمعلومات.
-الحق في الثقافة و الحق في الاختيار و الحق في الحياة الخاصة.
إن دمقرطة الاتصال حسب معيار "شون ماكبرايد" أضحت من المسائل الإستراتيجية التي يجب على المخططون الإعلاميون تضمينها دراساتهم حول الاتصال في عالمنا المعاصر، كما أضحت هي الإطار السياسي و الأكاديمي الذي تسير عليه دراسات الاتصال و مشروعيته الهادفة إلى توفير مشاركة شعبية عريضة من الاتصالات كجزء من عملية أوسع هي التغيير الاجتماعي.[2]
-الانتفاع بالاتصال: بمعنى أن تكون وسائل الاتصال و المعلومات متاحة لكل فرد من أفراد المجتمع و ليس حكرا على جماعة بعينها، إن الانتفاع بالاتصال يعني توفير وسائل فرص التعبير الخاصة لكل المجتمعات المحلية أو المتميزة التي تربط بينها عوامل تحدد ذاتيتها سواء كانت جغرافية أو عرقية أو لغوية أو مصلحيه أو مهنية.[3]
-المشاركة: و المقصود بها تحقيق أكبر قدر من المشاركة العامة في العملية الاتصالية، ذلك أن فرض المادة من جانب وسائل الإعلام دون مشاركة فعالة من جمهور المتلقين يقوم على افتراض أن الجمهور قد فوض هذه الوسائل في تخطيط و تنفيذ ما يقدم له و في هذا استهانة بحاجاته و رغباته، في الحقيقة إن عمل وسائل الإعلام لا بد أن ينطلق من افتراض مؤداه وجود عقد اجتماعي أو اتصالي بين الجمهور و الوسيلة ، فالوسيلة تقدم بمقتضاه ما يحتاجه و ما يرغب فيه و بذلك تصبح العملية الاتصالية علاقة بين طرفين و ليست عملا منفردا أحادي الاتجاه، و إن المشاركة في العملية الاتصالية تضمن استجابة الوسائل و الرسائل للإحتياجات الاتصالية و الثقافية للفئات الاجتماعية المختلفة.[4]
إن غياب الممارسة الديمقراطية في معظم دول العالم الثالث و تزايد المطالبة بدمقرطة الاتصال كجزء من حل إشكالية الديمقراطية ذاتها في هذه الدول نتيجة الهيمنة السياسية و الهيمنة الاقتصادية.[5] جعل من الصعب ايجاد نظام اتصالي و إعلامي فعال يحقق متطلبات و رغبات الجماهير الواسعة و كذا التأسيس لممارسة ديمقراطية واعية سلوكا و تجسيدا.

---

[1] عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، مرجع سابق،ص،ص،140.
[2] محمد مصالحه، مرجع سابق، ص، ص، 58-59.
[3] عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، مرجع سابق،ص،ص 170،171.
[4] نفس المرجع، ص.171.
[5]محمد مصالحة، مرجع سابق، ص. 59.

فإذا كان الانتخاب هو مؤشر للمشاركة السياسية في المجتمع فان درجة إشباع الحاجات الاتصالية الحقيقية هي المؤشر حول نوعية النظام الاتصالي و نجاحه. و حتى تتوفر الأرضية لتوفير ديمقراطية الاتصال خاصة في العالم العربي لابد من توفر عدد من الأركان الأساسية اللازمة لذلك.[1] و التي يمكن اعتبارها كنتائج طبيعية لتطبيق مبدأ ديمقراطية الاتصال و يمكن إيجازها كمايلي:[2]

-الحد من السيطرة التي تمارسها الحكومات على وسائل الاتصال و كذا محتوى الرسائل.

-عدم تركيز وسائل الإعلام و الاتصال في العواصم و المدن الكبرى.

-عدم تركيز سلطة اتخاذ القرار.

-تعدد وتنوع مصادر الإعلام و المعلومات.

أما "محمد مصالحه" فيوجزها في توافر الأركان التالية:[3]

-تقلص ظاهرة الاحتكار لوسائل الاتصال.

-اللامركزية الإعلامية.

-الرقابة السياسية.

-مسألة التمويل.

-التنوع و الإختيار في محتوى الاتصال.

ج-تحديد الأولويات و الأهداف: و ذلك من خلال توجيه كافة الإمكانيات صوب تحقيقها بحيث يتم توظيف الإمكانيات البشرية و المادية المتاحة.[4]

وترتبط الأهداف بالبعد السياسي، الاجتماعي، و الثقافي العام أي أن أهداف الخطة الإعلامية(المؤسسة الإعلامية) هي أهداف السياسة الإعلامية ذاتها، فالخطة هي ترجمة للسياسة الإعلامية إلى برامج واضحة، المهم أن أهداف الخطة تمثل إستجابة لاتجاهات تلك السياسات التي يتم تبنيها من قبل المسؤولين في الحكومات و المنظمات و المؤسسات أو الهيئات الأخرى وفقا للفرضية القائلة بأن السياسة الإعلامية لا تبدأ من فراغ و لا تنتهي إلى فراغ. ذلك أن دراسة الظروف و المستجدات و استثمار العناصر الحقيقية للإنتاج و استغلال الخصائص التقنية و الفنية لوسائل التنفيذ و توظيف ذلك بشكل حيوي و فعال في عناصر الخطة الإنتاجية لبرامج الإقناع الإعلامي يمكن المعنيين من دقة الإنتاج و سرعة التنفيذ.[5]

د-التخطيط الإعلامي عملية مستمرة: إن التخطيط الإعلامي عملية مستمرة لا تنتهي بوضع خطة، إذ لابد من تتابع الخطط في إطار التخطيط طويل المدى و مقتضياته، كما يتم قياس آثار الخطة الإعلامية من خلال التصنيف البرامجي اليومي و الأسبوعي و الشهري.[6]

---

(1) محمد مصالحة، مرجع سابق، ص.60.
(2) عدلي رضا، عاطف عدلي العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص،ص، 138،139.
(3) محمد مصالحه، مرجع سابق، ص، ص، 60، 61.
(4) عدلي رضا، عاطف عدلي العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية، مرجع سابق، ص. 141.
(5) حميد جاعد الدليمي، مرجع سابق، ص.111.
(6) عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، التخطيط الإعلامي، مرجع سابق،ص،ص.177،178.

هـ- التخطيط الإعلامي عملية متكاملة: يخطط نظام الاتصال و الإعلام بنفس الطريقة التي تؤدي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف في نطاق البيئة الاجتماعية التي يعمل بها، بمعنى أن أهداف التخطيط التي يعمد المخطط إلى انجازها، تمثل نفسها أهداف الأنظمة التي يعمل المخطط على تبنيها، أي امتداد الأهداف إلى الأنظمة الأخرى التي لها علاقة بالخطة كالأنظمة المركزية.(1) إن هذا التزاوج المتناغم في تحقيق و انجاز الأهداف ينم عن درجة رفيعة من التكامل في عملية التخطيط، بحيث لا تقتصر عملية التخطيط الإذاعي على سبيل المثال على البرامج فقط و إن كانت المجال الأساسي لها و إنما تمتد إلى النواحي الهندسية و التدريبية و المالية و هذا ما يسمى بالخطط المعاونة.(2)

و- التنسيق: ضرورة التنسيق بين الخطط الإعلامية للقطاع الواحد كالتنسيق بين الخطط الإذاعية للمحطة الواحدة، و بينها و بين خطط المحطات الإذاعية الوطنية و بين الخطط الإذاعية بوجه عام و بين خطط وسائل الإعلام المختلفة.(3)

في هذا الإطار يمكن الإشارة إلى أن تنسيق و توحيد الجهود في مجال الخطط الإعلامية خاصة بين الإذاعات الوطنية و الإذاعات المحلية من شانه أن يؤدي إلى زيادة في فعالية النظام الإعلامي و الاتصالي.

ز-الإطار الزمني للخطة: لابد من تحديد الإطار الزمني للخطة وفقا للظروف و نوعية الأهداف المطلوب انجازها، و قد يكون الإطار الزمني خمس أو ثلاث سنوات، و لكن الإطار الغالب على الخطط الإعلامية هو الخطط السنوية التي تقسم إلى دورات برامجية عادية و خاصة و تكون الدورات البرامجية العادية مدتها ثلاثة أشهر، و الدورات الخاصة تكون مدتها شهر واحد كبرامج شهر رمضان.(4)

ح- المرونة: إن خاصية المرونة في مجال التخطيط الإعلامي تضمن الحد الأدنى من التكيف و التأقلم في حالة حدوث مستجدات طارئة في أي مجال من مجالات الحياة و بالتالي يمكن وضع خطط بديلة مقدما لمواجهة الظروف المحتملة أو المتوقعة من أجل اختيار أفضلها بما يتلاءم مع الأهداف المرجوة.(5) فالخطط يجب أن تتسم بالمرونة و قدرتها على استيعاب الأفكار البديلة التي من شانها تحقيق الخطة.(6) و من ثمة تحقيق التلاحم داخل مجموعة العناصر التي تؤدي عملها معا بشكل متكامل.

ط-المشاركة: مما لاشك فيه أن المشاركة من العاملين بالمؤسسة الإعلامية، بل و جمهورها من شانها أن تؤدي إلى زيادة فعالية الخطط الإعلامية و تحقيق أهدافها حيث تؤدي هذه المشاركة إلى تدعيم الجسور القائمة بين القائمين بالتخطيط و الإعلاميين و الجمهور المستهدف.(7) و يبحث المخطط الإعلامي في مؤشرات التكوين الثقافي على المستوى الفردي أو الجماعي، عن دلالة اجتماعية قابلة للتغيير تلك

(1) حميد جاعد الدليمي، مرجع سابق، ص،110.
(2) عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، التخطيط الإعلامي، مرجع سابق،ص.144.
(3) نفس المرجع،ص،170.
(4) عدلي رضا، عاطف عدلي العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية، مرجع سابق، ص. 148.
(5) نفس المرجع،ص.149.
(6) رفعت عارف الضبع، مرجع سابق، ص.55.
(7) عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، التخطيط الإعلامي، مرجع سابق،ص.174.

المؤشرات التي باستطاعتها إنتاج تحولات اجتماعية تمثل هدف التغيير المقصود بالخطة الإعلامية، و من ثمة يصبح الرجوع إلى البيئة الاجتماعية للتعرف على التشكيل الثقافي المدخل الحقيقي للمخطط الإعلامي في بناء برامج[1]قادرة على خلق استجابة و مشاركة فعالة.

ي-متابعة الخطة الإعلامية: و هذا لاكتشاف معوقات التنفيذ و إزالتها من جهة و من جهة أخرى قياس الآثار الناتجة عن التنفيذ لمعرفة مدى مطابقتها للتصورات الخاصة في أذهان المخططون، و توجد أساليب عديدة لمتابعة الخطط الإعلامية من أهمها المتابعة القطاعية و المتابعة المركزية.[2]

4-معوقات التخطيط الاعلامي في الدول النامية:

إن جرد لمعوقات التخطيط في الدول النامية يجعلنا نتحدث عن مشكلات تكاد تكون مشتركة في مجال الإعلام بشكله الواسع، و من بين أهم المعوقات التي برزت بشكل ظواهر ملفتة للنظر نوجز الآتي:[3]

-مشكلات تتعلق بنقل التكنولوجيا و باستخدام التقنيات عالية الدقة في مجال التخطيط الإعلامي، فقد وضعت الدول المتقدمة العديد من الحواجز و الصعوبات في وجه الدول النامية تحول دون وجود آليات تحدد طرق معينة لنقل التكنولوجية و التعامل معها و التكييف مع مقتضياتها بجميع المفاصل الاتصالية.

-ضعف التمويل و قلة الموارد المخصصة لإدارات التخطيط في الدول النامية.

-ضعف التنسيق بين أجهزة التخطيط و مراكز الأبحاث العلمية من جهة و وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.

-عدم الاهتمام بمؤسسات التخطيط و تحديد أدوارها بدقة و تشجيعها لتطوير المؤسسات العلمية بهذه الدول.

-عدم وجود خطط إستراتيجية بعيدة المدى تحدد أولوياتها بدقة و الاكتفاء بخطط آنية تمثل ردود أفعال على المستجدات.

أما "عاطف عدلي العبد" و "عدلي سيد محمد رضا" فيشخصان أهم الصعوبات التي تواجه التخطيط الإعلامي في الدول النامية فيما يأتي:[4]

-عدم اشتراك مخططي الإعلام في عملية التخطيط التنموي.

- لا يعرف المخططون تماما احتياجات الجماهير المستهدفة و اتجاهاتها و أنماط تعرضها لوسائل الإعلام.

-إغفال الإعلام المحلي و أساليب الاتصال الأفقي بين المواطنين و التركيز على أساليب الاتصال الرأسية المركزية، مما يؤدي إلى إغفال احتياجات الجمهور المحلي و بالتالي اختلال خطط الاتصال من أجل التنمية.

---

(1) حميد جاعد الدليمي، مرجع سابق،ص.140.
(2) عدلي رضا، عاطف عدلي العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية، مرجع سابق، ص، ص. 151،152.
(3) مصطفى حميد كاظم الطائي، مرجع سابق، ص، ص.118،119.
(4) عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، التخطيط الإعلامي، مرجع سابق، ص، ص. 187،188.

حسب "محمد منير حجاب" فيرى بأن قصور التخطيط الإعلامي في البلدان النامية يرجع إلى:[1]

– قضايا الإعلام و الاتصال في هذه الدول لا تنطلق من الواقع الموضوعي للبلاد و لا تلتزم بسلم أولويات مدروس بشكل كاف.

–تعبر الخطة الإعلامية عن رغبات السلطة لا الحاجات الموضوعية للبلد و الجماهير.

–تعتمد الخطة الإعلامية بصفة عامة على الخبرة الخارجية.

– يغلب على الخريطة البرامجية التي يضعها المسئولين الطابع الشكلي، إذ أن ملء الفراغ هو السياسة السائدة غالبا في الدول النامية.

–تركيز التدفق الاتصالي للرسائل على جماهير المدن دون القرى و دون المناطق العشوائية بالمناطق الحضرية.

–عدم تشجيع تمثيل الجمهور في الإدارة و إشراكه في وضع السياسات الإعلامية.

5- تخطيط الإعلام الإذاعي المحلي:

يمثل الإعلام المحلي أداة أساسية في الوصول إلى المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة، و التي تختلف فيها عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة، و نظرا للقرب بين أطراف العملية الاتصالية، تبرز أهمية هذا المستوى من الاتصال في خدمة قضايا التنمية و التطوير. و الإذاعة المحلية بوصفها أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة و محددة و يوجه إلى جماعة بعينها تربط بعضها ببعض هذه البيئة، بحيث يصبح مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس و متصلا بثقافة البيئة المحلية و ظروفها الواقعية مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي و القيمي في هذه البيئة، و تعتمد اعتمادا كليا على كل ما فيها من أفكار بحيث تكون الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف و تصبح القيم الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و العادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب شكل و مضمون الإعلام المحلي.[2]

فعلى ضوء هذه المعطيات المتعلقة بخصائص الإذاعة المحلية ينبثق أهمية التخطيط لها ويقصد به تنظيم الانتاج واختيار البرامج واعداد خريطة البرامج بما يتناسب مع احتياجات و رغبات و مصلحة جمهور المحطة.[3] فالتخطيط الإذاعي المحلي يجب أن يأخذ في عين الاعتبار عوامل أساسية تعتبر بمثابة الأسس التي يمكن أن يتم من خلالها تحقيق أهداف الإذاعة المحلية و تتمثل في مايلي:[4]

–نطاق التغطية الجغرافية: يختلف نطاق التغطية الجغرافية التي تغطيها الإذاعات المحلية و وفقا لهذا المتغير تختلف المساحات الجغرافية التي تغطيها الإذاعات المحلية على النحو التالي:

–الإذاعات المحلية التي تغطي مدينة كبيرة.

–الإذاعات الإقليمية التي تغطي إقليما يضم عدة أقاليم صغيرة نسبيا.

---

(1) محمد منير حجاب، الإعلام و التنمية الشاملة، مرجع سابق، ص، ص.113،114.

(2) منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام و المجتمع، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2006، ص. 162.

(3) جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام والاتصال :الوظائف،الهياكل،الأدوار،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2010،ص.110.

(4) منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سابق، ص ص.168،169.

-الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ الخطة: تعتبر الفترة الزمنية المحددة لتنفيذ الخطة الإذاعية من العوامل المهمة. و وفقا لهذا الإطار الزمني للتخطيط ينقسم التخطيط الإذاعي إلى:

-تخطيط بعيد المدى و يحتاج إلى فترة زمنية طويلة لتحقيق أهداف معينة.

-تخطيط قصير المدى و هو الذي تكون أهدافه قصيرة المدى و تحتاج إلى فترة زمنية قصيرة لتحقيقها.

و يضاف إلى ذلك فترات الأزمات التي تستلزم معالجة خاصة تتناسب مع الحدث أو الأزمة الطارئة أو المرتقبة (وقوع كوارث، حروب،...).

-ساعات الإرسال و قوته: و المقصود هنا أن تكون ساعات الإرسال التي تبثها الإذاعات المحلية ملائمة، من حيث عدد ساعات البث و مواعيده بما يتلاءم مع ظروف الجماهير المستهدفة.

-ثقافة المجتمع: تعتبر ثقافة المجتمع من المتغيرات المهمة التي لابد من وضعها في الاعتبار عند التخطيط للإذاعة المحلية، حيث تنطلق الإذاعة المحلية في أداء وظائفها من منطلق محلي يضع في اعتباره السمات الرئيسية للمجتمع المحلي الذي يخاطبه، مما يستلزم معه أن تستمد كل إذاعة محلية برامجها من هذا المجتمع. لذلك تعتبر ثقافة المجتمع المحلي مصدرا مهما و عاملا رئيسيا يؤثر على القائمين بالاتصال في اختيارهم للمواد الإذاعية التي يقدمونها، و إذا كان الإلمام بالثقافة ضروريا لنجاح الخطة الإذاعية، فان الإذاعة المحلية أكثر قدرة على فهم و تحديد ثقافة المجتمع المحلي، لأنها تتعامل مع مجتمع محدد و متناسق في مختلف النواحي، و هذا في حد ذاته يضفي عليها إمكانات لإنتاج الإذاعة المركزية، بالإضافة إلى انه في حالة المحلية يكون التحريك الاجتماعي للأفراد و الجماعات أكثر سهولة.

-القائم بالاتصال: من الضروري اختيار العاملين من المذيعين و مقدمي البرامج و المعدين و المخرجين و خلافهم بحيث يكونون من الأحسن من أبناء المجتمع المحلي (بالمعنى الواسع) لأنهم اقدر من غيرهم على فهم صيغة مجتمعهم و تحديد احتياجات أفراده، أو على الأقل ممن يدركون جيدا طبيعة هذا المجتمع، كذلك لابد من تنظيم الدورات التدريبية للقائمين بالاتصال و التي تعمل على تنمية مهاراتهم و قدراتهم كي يؤدون عملهم بكفاءة و يتفهمون بعمق مشكلات المجتمع و دوافعه و يكونوا على دراية بواقعه و تطلعاته.

-الجمهور المستهدف: يعتبر المستقبلون لكل إذاعة محلية من أهم عناصر العملية الاتصالية، حيث أنهم المستهدفون من البث الإذاعي و هم في الوقت نفسه هدف العمل البرامجي كله. و بالتالي يتوقف تحقيق أهداف الإذاعة على الوصول إليهم و التأثير فيهم على مستوى المعرفة و الاتجاهات و السلوكيات و لذلك لابد أن تراعي الإذاعات المحلية طبيعة الجمهور المستهدف و خصائصه و احتياجاته و رغباته عند اختيار البرامج و المواد الإذاعية، و عند تحديد مواقعها على خريطة الإرسال، حيث أن احتياجات الجمهور تتعدد و تختلف باختلاف البيئة الجغرافية و المستوى التعليمي و الثقافي و أنواع المهن و باختلاف الفئة العمرية و النوع.

و على العموم فان العلاقة بين التخطيط الإعلامي الإذاعي و برامج و خطط تنمية المجتمعات المحلية هي علاقة عضوية لان أهم الأسس التي يتركز عليها منهج تنمية المجتمع هي توجيه أفراده لمساعدة أنفسهم و

المساهمة بفاعلية في الجهود التي تبذلها الحكومات المركزية أو المحلية لتحسين مستوى معيشتهم و تشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم المحلي و توعيتهم ليكونوا على إدراك واعي بمشكلات بيئتهم و هذا كله لن يقدر له النجاح إذا لم يضع المخطط الإعلامي في اعتباره أن هناك عدة ظروف خاصة في المجتمع المحلي و هي ذات طابع اقتصادي و اجتماعي و ثقافي و تاريخي و حضاري و تختلف من مجتمع لآخر من حيث وجودها أو عدمه و من حيث درجة وضوحها في أذهان أفراد المجتمع، و من حيث قوة التأثير التراكمي الناتج عنها و اتساع هذا التأثير، و أخيرا من حيث ضعف هذا التأثير في مناطق و انحصاره في مناطق أخرى، و بصرف النظر عن نوعية التأثير الناتج عن السمات الخاصة بكل مجتمع فان هذه السمات تجد طريقها إلى احتلال جزء كبير من عقل و تفكير المخطط الإعلامي للتنمية كما تشغل مساحات لها أهميتها في الخطط الإعلامية، و من ناحية أخرى فان التخطيط الإعلامي لهذا الجانب من المنطلقات يعتبر تخطيط جزيئات من كل متكامل هو التخطيط للتنمية الشاملة و المحلية.(1)

(1) محمد منير حجاب، الإعلام و التنمية الشاملة، مرجع سابق، ص، 105.

6-اللغة الإذاعية:

يحاول المرسل من خلال إجراء عملية الاتصال تحقيق هدف معين أو مجموعة من الأهداف بنجاح من أهمها: الإخبار و التعليم و التثقيف و التنشئة الاجتماعية و الترفيه و إطلاق ساحة الرأي و النقاش بين أفراد المجتمع.(1)

و إن بين اللغة الإذاعية و اللغة الإعلامية بصفة عامة، فنونا مشتركة و خصائص كتابية مشتركة، و لكن مع بعض التحولات التي تتوافق مع الطبيعة التقنية للإذاعة و طبيعة الذين يلتقطون المرسلة (الرسالة).(2)

و يمكن القول أن لغة الإذاعة قاسم مشترك بين الناس جميعا، و تستطيع الإذاعة بواسطة اللغة أن تناقش الظواهر التي يكتشفها العلم، و تتبادل مع ذهن السامع الحديث و الفن الإذاعي بلغته تلك.(3)

و تتكون المرسلة الإعلامية الإذاعية من عدة عناصر هي:(4)

-الكلمة المنطوقة أو المسموعة.

-المؤثرات الصوتية و المتمثلة في المؤثرات الصوتية الطبيعية الحية، و المؤثرات الصوتية المصنوعة من غير مصدرها.و إن كل هذه المؤثرات تساهم في تشكيل لغة الفن الإذاعي و يصبح لديه القدرة على التأثير الوجداني، و ذلك من خلال الموسيقى و الشعارات و الإيقاع النفسي الذي يتراوح بين التوتر عن طريق الإخبار و المعلومات الجادة و بين الاسترخاء عن طريق الموسيقى و العناصر الترفيهية.(5)

إن للغة الإذاعة أو الإنشاء الإذاعي خصائص نوجزها فيمايلي:(6)

-المرسلة الاذاعية صياغة مركبة: بمعنى أنها تتكون من عدة عناصر تعمل ثنائيا أو جماعيا و هذه العناصر هي الكلمة المنطوقة و المؤثرات الصوتية. فالكلمة مأخوذة من القاموس اللغوي العام، أما المؤثرات الصوتية فهي ما يضيفه المخرج إلى الكلام في التمثيليات و الإعلانات و بعض البرامج المناسبة من تسجيل لأصوات الحيوانات أو جماعات من الناس، أو صوت محركات أو هدير موج...الخ. أما الموسيقى فتفعل فعلها إما كمادة وحيدة توزع على المستمعين الهدوء أو الراحة أو الصخب أو التسامي أو الجمال و تنقل حضارات الشعوب و تطلعاتهم، و إما كمادة مساعدة في البرامج. أما الحضور الإنساني في اللغة الإذاعية فهو جزء فاعل، إنه ربط الكلمة و العناصر الأخرى بإنسان يتكلم و يوصل كلامه مباشرة عبر الأثير إلى الناس و هذا يعطي اللغة دفئا و حميمية و قدرة على التفاعل الشعوري و الفكري المباشر فتكتسب الكلمات قوة اتصال و استمالة و إقناع ليست لها مثيل.

-المرسلة الإذاعية ذات قدرة تأثيرية سريعة و آنية: في النقل الإذاعي تملك الإذاعة قدرة فائقة على الاتصال الآني بالجمهور، فالمعلومات تصل من مصادر مختلفة إلى قاعة التحرير، فتعد بسرعة و تبث

---

(1) محمد نادر، عبد الحكيم السيد، لغة الخطاب الإعلامي في ضوء نظرية الاتصال: دراسة أسلوبية لغوية في نشرات الأخبار الإذاعية، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص. 25.

(2) أميرة الحسيني، فن الإذاعة للكتابة و التلفزيون، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، بيروت، 2005، ص.33.

(3) عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، الطبعة الثانية، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، القاهرة-بيروت، 1989، ص 418.

(4) عاطف عدلي العبد، الاتصال و الرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص، 172.

(5) نفس المرجع ،ص.172.

(6) أميرة الحسيني، مرجع سابق،ص،ص.34،38.

بسرعة و يكون المستمع قد كسب بسرعة معلوماته الضرورية. إنما تفوق الإذاعة في هذا المجال يواكبه ضعف من ناحية أخرى، فالمرسلة الإذاعية التي تبث عبر الأثير تفقد صفة الاستمرارية و الديمومة و الأرشيفية الآنية لان مجرد صدورها و بثها ينهي وجودها المحسوس.

-اللغة الإذاعية في حد وسط بين الخطابة و الحديث العادي و الكتابة: يقول الكاتب الأمريكي "والثر ليمان" (Walter Lippmann): "إن المجتمع الحديث لا يقع في مجال الرؤية المباشرة لأحد، كما أنه غير مفهوم على الدوام، و إذا فهمه فريق من الناس فان فريقا آخر لا يفهمه". فالفن الإذاعي هو فن حضاري يرتبط بالتقدم العلمي و يتطلب انتشار التعليم لكي يجعل المجالات البعيدة و المعقدة في متناول الجمهور، فالانتقال إلى المجتمع الحضري يتيح للفن الإذاعي ليس فقط الظهور، بل و الارتقاء الدائم فيما له من قدرة على التبسيط و الشرح و التجسيد الذي يجعله يضع بين المستمعين مفاهيم المجتمع الحالي. و يقول "مصطفى محمود العقاد" عن الأسلوب الإذاعي:"انه أسلوب التعبير المتوسط بين الكتابة و الخطابة، فهو فن من فنون التعبير معولة على السماع الحاضر لا على النظر و المجاوبة، و لابد أن يظهر مع هذا الفن نمط جديد من التفكير يعرض الفكرة على حسب الحالة التي يكون عليها المستمعون ساعة الإصغاء".

و المرسلة الإذاعية هي كتابة، لكنها كتابة موجهة إلى نوع معين من الناس هم عموما الناس الذين يرافقهم الراديو في حياتهم و ترحالهم و مختلف حالاتهم،و لذلك فهي تكتسب حتما صفة الحديث العادي، الحديث العفوي المبسط و المفعم بالمشاعر الطبيعية غير المصطنعة و الممتلئ هموما حياتية و معيشية مباشرة.

لقد أعانت الإذاعة من الناحية اللغوية على إظهار المفهوم الاجتماعي الصحيح للغة، و هذا بلا شك من المهام الكبيرة التي قامت بها الإذاعة، و ليس من شك في أن الإذاعة من خلال لغتها و أساليبها الفنية تساهم في صوغ صورة العالم في أذهان المستمعين. و هنا يكمن وجه الاختلاف بينها و بين الشيفرات التكتيكية التي تنقل المعلومات بصورة محايدة و دون أي انفعال، أو دون أن تصوغها و تقدمها بصورة أخرى.[1] إلا أن هناك إشكال موضوعي قائم بين استعمال اللغة الفصحى و العامية في البرامج الإذاعية، و هو محل جدل و نقاش في العديد من المؤتمرات و الندوات العلمية.

فيرى الباحث "إبراهيم بن مراد" أن العلاقة بين اللهجة العامية و اللغة العربية الفصحى في الإنتاج الإعلامي تتنزل في مسألة أعم في العلاقة بين الفصحى و العامية في الوطن العربي، و قد شغلت هذه المسألة الناس طيلة القرن العشرين و مازالت تشغلهم و تثير المواقف المختلفة المتباينة التي لا تسلم في أكثر من الأحيان من أثار الأهواء المذهبية، و هي مواقف تتراوح بين تعصب للفصحى من منطلقات قومية و دينية، و تعصب للعامية من منطلقات ثقافية و سياسية، و قد ازدادت العلاقة بين الفصحى و العامية تشعبا نتيجة الإنتشار الواسع لما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري، و هي تعد وسائل جماهيرية لأنها لا توجه إلى طبقة المثقفين وحدهم بل إلى ذوي المستويات الثقافية الدنيا أيضا، و إذا بحثنا -يقول

[1] عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام لغة الحضارة، مرجع سابق،ص.190

الباحث- عن منزلة كل من الفصحى و العامية في أنواع البرامج، وجدنا منزلتيهما تتأثرا بدرجة "الجماهيرية" في كل منهما، فكلما كان البرنامج "جماهيريا" موجها إلى الجمهور الواسع العريض من المستمعين أو من المشاهدين المستمعين كان الاستعمال اللغوي عاميا، و كلما كان البرنامج "رسميا" -مثل الأخبار أو موجها إلى جمهور مخصوص مثل البرامج الثقافية كان الاستعمال اللغوي فصيحا.[1]

و ترصد الباحثة "فريال المهنا" أسباب تراجع الفصحى في جميع البرامج الإذاعية باستثناء البرامج الإخبارية التي لم تسلم هي الأخرى من غزو العامية كمايلي:[2]

- أن طبيعة وسائل الإعلام قد صنعت جمهورا إعلاميا يحتوي شرائح أمية و شبه أمية أبجديا و معرفيا و ثقافيا، مما جعل الفصحى تشكل حائلا اصطلاحيا و تواصليا و تأثيريا لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العامية.

-أن أكثرية الإذاعات التي تدخل العاميات إلى اغلب موادها تعتقد أن استخدامها هي الوسيلة الأفضل لاستقطاب مزيد من الجمهور الإعلامي في الأوساط التعليمية و الثقافية الدنيا.

-تمسك بعض الأوساط الثقافية و الأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حد التعصب و التزمت و رفض حتمية مواكبة اللغة للتطور المجتمعي و التقدم الثقافي في مجال الاتصال الجماهيري.

-أن المضامين الهابطة لبعض البرامج و خاصة في مجال الترفيه، تحتم استخدام العاميات لان اللغة الفصحى لا تتلاءم بطبيعتها مع هذا الضرب من ثقافات الترفيه.

و تصنف البرامج في الإذاعات بحسب أنواعها الأساسية و أهدافها المرجوة إلى سبعة هي:[3]

-البرامج الإخبارية، -البرامج الثقافية و تضم البرامج الوثائقية و البرامج الدينية، - البرامج التنشيطية،- البرامج الدرامية،- برامج المنوعات، - برامج الأطفال، -البرامج الرياضية.

إن أشد الأنواع السبعة عناية باستعمال المستوى الفصيح من العربية هما الاول و الثاني، أي الإخبار و البرامج الثقافية، يتلوهما الثالث (البرامج التنشيطية) و السادس (برامج الأطفال) اللذان تتنافس فيهما الفصحى و العامية، و أما الأنواع الرابع و الخامس و السابع (البرامج الدرامية،و برامج المنوعات و البرامج الرياضية)، فان الغالب على منتجها استعمال العامية، فإذا استعملت الفصحى فيها كان ذلك عرضا. فإذا استعرضنا برامج التلفزيون أو الإذاعة في معظم البلاد العربية لوجدنا أن نسبة ما تبثه بالفصحى و لاسيما في الأعمال الدرامية و المنوعات التي يندر فيها استعمال الفصيح من اللغة ، و أن وسائل الإعلام تخاطب جمهورا ذا ثقافات متباينة كل ذلك أدى إلى الترويج إلى السوقية و شيوع الكلمات و المصطلحات غير اللائقة.[4]

---

[1] إبراهيم بن مراد، النتاج الإعلامي العربي بين اللهجة العامية و اللغة العربية الفصحى،مجلة الإذاعات العربية،عدد (03)، تونس،2008،ص،ص.63،64.

[2] فريال المهنا، لغة الإعلام العربي بين الفصحى و العاميات، مجلة الإذاعات العربية،عدد(02)، تونس،2000،ص،ص.29،30.

[3] إبراهيم بن مراد، مرجع سابق،ص،ص.68،69.

[4] نور الدين بليل، ترقية الغة العربية من خلال الإذاعة و التلفزيون، مجلة الإذاعات العربية،عدد(03)،تونس،2004،ص.73.

و هناك تيار آخر يرفض تماما تدخل اللهجات العامية في لغة الإعلام على اعتبار أن اللغة الفصحى هي الأصل لجملة من الأسباب أهمها:[1]

–استخدام وسائل الإعلام للغة العربية الفصحى ضمن أطر متكيفة من شأنه أن يحقق إقرارا بينهما و بين عامة الناس لم يسبق له مثيل.

– الإعلام الجماهيري يمنح اللغة العربية آفاقا لا محدودة، فان اللغة الفصحى تعطي بدورها امتداد عظيما للإعلام الجماهيري لأنها مشتركة لمئات الملايين من الناس.

–إن استخدام اللغة الإعلامية للفصحى تسهم إسهاما كبيرا في تربية الذوق اللغوي و هذا ما تسعى إليه جميع الأمم مستخدمة وسائل الاتصال الحديثة.

–إن استخدام الإعلام للغة العربية الفصحى يخلق مناعة مستمرة تجاه عوامل التجزئة على الصعيد الوطني.

و في الأخير فإذا كان استعمال المستوى الفصيح في الإنتاج الإعلامي لا يثر قضايا عويصة، فإن المستوى العامي مثير لمشاكل عويصة أهمها:[2]

–الحاجة إلى استعمال الفصحى تكلفا أي الاضطرار إليها في الاستعمال، حيث أن استعمال اللهجة حقيقة اجتماعية و تواصلية فرضها الواقع اللغوي للمجتمع القائم على الازدواج منذ زمن بعيد (الفصيح في النصوص و العامي في البيت و في الوسط الاجتماعي).

–تعدد اللهجات و اختلافها، تطرح على الاستعمال اللغوي في الإنتاج الإذاعي قضية العامية التي تستعمل.

–المحلية التي تتصف بها العاميات العربية، فان اللهجة ممثلة عادة للخصوصيات اللغوية في الجماعة التي تشكلها.

إن هذا الموضوع يحتاج أبحاثا تفصيلية مستقلة تتحرى بشكل منهجي و واقعي إمكانيات تأسيس أنظمة إعلامية عربية قادرة على استنباط أدوات جديدة لتأهيل اللغة الإعلامية الفصحى بما يلبي احتياجات الواقع العربي و يتساوق بشكل خلاق مع ضروريات العصر.[3]

7–الانتاج الاذاعي في الراديو:

7–1– أشكال الإنتاج الإذاعي في الراديو: إن الإنتاج الإذاعي مثله مثل أي فن عبارة عن شكل و مضمون، و هذا الشكل هو بمثابة القالب الذي يصب فيه الإذاعي مضمونه أو هدفه الذي يقصد انه يقدمه للناس، و أشكال الإنتاج الإذاعي التي استخدمت في كثير من وسائل الإعلام التي سبقت ظهور الراديو، إلا أن هذه الأشكال أخضعت لطبيعة الراديو و أصبحت أشكالا فنية خاصة بالإذاعة المسموعة لذلك فان معرفة هذه القوالب و محاولة حصرها و فهمها ضرورة ملحة.[4] ويمكن حصر هذه الأشكال في الآتي:

[1] فريال المهنا،مرجع سابق،ص،ص.31،32.
[2] إبراهيم بن مراد، مرجع سابق، ص، ص.72،74.
[3] فريال المهنا، مرجع سابق،ص.40.
[4] عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الإذاعي: الإعداد و التقديم،الطبعة الأولى،مكتبة مدبولي،القاهرة،2008،ص،89.

7-1-1-الحديث و المقابلة: أداة المحرر الرئيسية التي يقوم باستخدامها من أجل الحصول على معلومات، و في أكثر أنواع القصص يكون على رجل الأخبار أن يتحدث إلى شخص أو أكثر من شخص إما حديثا مباشرا أو بواسطة الهاتف و تعتبر المقابلة طريقا عالية المرونة من أجل الحصول على المعلومات. يمكن أن تتم وجها لوجه أو عن طريق الهاتف، كذلك يطلق إسم برامج الحوار أو المقابلات الإذاعية على هذا النوع من البرامج التي تقوم على استضافة شخص معين و محاورته من خلال مجموعة من الأسئلة التي توجه إليه.[1] و تعتبر اللقاءات و المقابلات الإذاعية واحدة من أهم المواد التي تقدمها الإذاعة السمعية إلى جمهورها و هي في نفس الوقت تحظى برضا و قبول المستمع لأنها:[2]

-تزود المستمع بمعلومات أساسية و حديثة و مباشرة.

-تمتاز بالآنية و الحيوية و العفوية و عدم التكلف.

-تولد لديه قناعة و ثقة في المعلومات التي تحصل عليها.

و المقابلات الإذاعية يمكن أن تكون برنامجا قائما بذاتها، أو مجرد فقرة من فقرات البرنامج الذي يتضمن عدد آخر من الفقرات المتنوعة، و من أحاديث و مقابلات و صور صوتية. تشمل المقابلة الإذاعية كل مجالات الحياة تقريبا، من السياسة و الاقتصاد إلى العلوم و الفنون و الأداب، إلى السير الذاتية و الشخصية،كما تقوم ببعض مهام الاتصال المعروفة من إعلام و تثقيف و ترويج ...الخ. [3] و تعتبر اللقاءات و المقابلات واحدة ن أكثر المواد الإذاعية حيوية و فاعلية و مصداقية، و هناك معايير محددة يفترض توفرها في معدها و في كيفية توجيه الأسئلة و كيفية التفاعل معها.[4] نوجزها فيمايلي:[5]

-تحديد هدف البرنامج.

-تقديم الشخصية التي نجري معها الحوار.

-تحضير المذيع أو مقدم البرنامج.

-تحديد موضوع الحوار.

-صياغة أسئلة الحوار ومراعاة عامل الوقت و طبيعة الموضوع المثار.

7-1-2-التحقيق الإذاعي (الريبورتاج):تعني كلمة "تحقيق" إعادة نقل الحدث أو الحديث بزواياه المختلفة و تقييمه من موقع الحدث إلى الجمهور المستهدف، و قد استعار الراديو مفهوم "الريبورتاج" من الصحافة المقروءة، و أصبح يعني نقل الصورة الصوتية بكل ظلالها من مكان الحدث إلى المستمع، و يعتمد التحقيق أساسا على الخبر و الرأي.[6] و تكون مصادر التحقيق الإذاعي إما المناسبات السياسية أو الاجتماعية أو الدينية أو الأخبار اليومية (إضراب عمالي، عقد ندوة) أو خطابات القراء و البحث في

(1) أميرة الحسيني، مرجع سابق، ص.111.
(2) مصطفى محمد عيسى فلاتة، مرجع سابق،ص95.
(3) أميرة الحسيني، مرجع سابق، ص.114.
(4) مصطفى محمد عيسى فلاتة، مرجع سابق،ص.104.
(5) أميرة الحسيني، مرجع سابق، ص،ص. 114،115.
(6) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي و العشرين، الدار المصرية اللبنانية،الطبع الأولى، القاهرة،2008،ص،ص. 81،82.

مشاكلهم عن طريق تلقي مكالماتهم و بريدهم الالكتروني و برقياتهم.[1] و تنقسم التحقيقات الإذاعية إلى نوعين رئيسين:[2]

–التحقيق الحي: يعد أقدم أنواع التحقيقات الإذاعية و يتسم بصدق التعبير حيث يقود المستمع إلى مواقع الأحداث و ينقل صورة صوتية صادقة لما يدور من وقائع،غير أن عيب هذا النوع هو عدم التحكم الكامل في وقت البرنامج، و عدم إمكانية تفادي الأخطاء التي قد تحدث على الهواء مباشرة.

–التحقيق المسجل: يتم تقديمه بعد إجراء عملية المونتاج و التحكم في العناصر المختلفة، و إدخال عناصر صوتية مثل الموسيقى و المؤثرات الصوتية، و يمكن تقديم تحقيق قصير و متكامل حول حدث استمر عدة ساعات من خلال التركيز على المراحل المميزة و ربطها بعبارات مناسبة.

–المجلة الإذاعية: و هي مثل المجلة المطبوعة تماما مع فارق بسيط، هو أنها تتناول موضوعين أو ثلاثة موضوعات على الأكثر، و تتغلغل فيها لشرح الأحداث بكل الوسائل الممكنة. و لذلك فهي تعتمد على الفنون الإخبارية الأخرى و تضم أجزاء منها، فقد تعتمد على الريبورتاج أو النقل الخارجي أو الحوار أو الندوة أو غيرها وفقا لطبيعة الأحداث التي تتعرض لها.[3] و لقد ظهرت المجلة كشكل إذاعي في سياق محاولات الراديو تطوير أساليبه في الممارسة أمام منافسة التلفزيون.فأمام هذه المنافسة طور الراديو أساليب ممارسة جديدة من أهمها استخدام قالب المجلة في تقديم البرامج، فالمجلة الإذاعية قالب و شكل إذاعي يتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل و المضمون تربطها وحدة عضوية و تقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة و هذه الخصائص تتحقق من خلال مسالك متعددة أهمها الحلقة البرامجية و يطلق عليها لفظ العدد و ليس الحلقة و تتراوح عادة ما بين خمسة عشر(15) و ثلاثين(30) دقيقة و تكون مدة المجلة ثابتة في كل الحلقات، و إذا كانت المدة تحدد على خريطة البرامج وفق أهداف و فلسفة الخدمة الإذاعية، فإنها تتأثر أيضا بالجمهور المستهدف،فالمجلة التي تستهدف جمهورا عاما تكون مدتها أطول من تلك المجلة التي تستهدف جمهورا فئويا.[4]

أهم ما يميز المجلة الإذاعية شكلها و نقدها اللاذع للأوضاع السلبية و تعبيرها الصريح عن مختلف الآراء، و غالبا ما تهدف إلى الانتشار الأفقي من خلال تعدد المواضيع التي تحتويها، و تحتاج وضع الفقرات داخل المجلة إلى عناية شديدة حتى تستحوذ على اهتمامات المستمعين. كما يوجد أنواع عديدة من المجلات الإذاعية منها المجلة المنوعة التي تتسم بتعدد المواضيع و تخاطب كل فئات المستمعين، و هناك المجلات ذات الموضوع الواحد مثل المجلة الصحية،السياسية،العلمية،الرياضية،البيئة...الخ، و هناك المجلات الموجهة لفئات متجانسة: الأطفال، المرأة، الشباب.[5] و يجب أن لا يستقر في الأذهان أن مهمة

---

[1] أميرة الحسيني،مرجع سابق،ص،ص.108،109.
[2] حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص،ص.82،83.
[3] أميرة الحسيني، مرجع سابق، ص.198.
[4] بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية: أصول الاحتراف و مهارات التطبيق،الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة،2000،ص.185.
[5] حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص،ص.88،89.

المجلة الإذاعية هي اختيار حدثين أو ثلاثة من أهم أحداث الأسبوع و محاولة معالجتها بطريقة أكثر عمقا مما عولجت به في نشرات الأخبار، فان هذا الوضع من شأنه أن يصيب جمهور المجلة بالملل فالواجب أن يترك المجال مفتوحا أمام مجلات الأحداث الجارية دون أن تضطر إلى الالتزام بقواعد ثابتة محددة تحكم اختيار هذه الموضوعات على أنه يمكن الاهتداء في عملية الاختيار بمجموعة من المؤشرات من واقع التجربة العملية، فقد يكون الموضوع متعلقا بأحداث محلية أو عالمية.[1]

7-1-3-الدراما الإذاعية: الدراما تشكل نوعا من الفن قائم على تصوير الفنان لقصة تدور حول شخصيات تتورط في أحداث ، هذه القصة تحكي نفسها عن طريق الحوار المتبادل بين الشخصيات، فالكلمات هي وسيلة التعبير عن أفكار و مشاعر و رغبات الأشخاص الذين تخيلهم الكاتب. تتضمن الدراما الإذاعية ما يسمى بالتمثيلية أو المسلسل الإذاعي.[2] فالكاتب الإذاعي حين يلجأ إلى الرمز ليعبر به، فإنما هو يعبر بالكلمة المنطوقة و يصور لنا الأحداث لا بالسرد أو القص و إنما بالعمل الإذاعي التي تتفاعل عناصره و ينساب إلى ذهن المستمع و خياله، فالحوار و الصوت يخلقان مسرحا خياليا للمستمعين.[3] فالتمثيلية هي عمل فني متكامل يبدأ بالحوار الذي يأتي على ألسنة الممثلين، و هو الحوار الذي اتفق خبراء الإذاعة على أن له وظائف ثلاث هي: إعطاء المعلومات،التعبير عن العواطف وتطوير الحوادث حتى تفضي إلى العقدة.[4] و تجمع الدراما الإذاعية بين أسلوب المسرح و أسلوب حكاية القصة، فالمسرح في كل أنحاء العالم يتبع تقاليد و مفاهيم راسخة منذ القدم، و كذلك أسلوب حكاية القصة الذي يعد أسلوبا قويا و مؤثرا للتعبير عن الأبعاد الإنسانية، الآمال و المعتقدات، القيم و الاتجاهات، و السمات الخاصة بكل ثقافة و تستمد الدراما أصولها من الثقافة الإغريقية القديمة، و تتبع أساليب وصفها "أرسطو" و هي تتضمن وحدات الزمان و المكان و الحدث و الحبكة التي تنطوي على الصراع الذي يعكس بعض الأزمات، و تساهم كل أزمة في تعقيد الأحداث إلى أن تصل إلى مرحلة الذروة و عندها يتم علاج المشكلة علاجا نهائيا بما يؤدي إلى تطهير المتلقي.[5]

لقد أوجد الراديو مسرحا جديدا غير محدود ينقل المستمع عبر الأزمنة و الأماكن دون أن ينتقل المستمع من مكانه.[6] و عند تطبيق قواعد البناء الدرامي على الإذاعة، نلاحظ أن الوحدة في الدراما الإذاعية هي وحدة الحدث أو وحدة الفكرة. بينما لا تعترف الدراما الإذاعية بوحدتي الزمان و المكان، و يتحول الحدث الأساسي في الدراما الإذاعية إلى سلسلة من المسامع المتعاقبة، و يتم بناء كل مسمع وفق مبدأ الحدث الصاعد، و يعتمد البناء الكلي للنص الدرامي على ترابط المسامع المستقلة التي تحقق وحدة الحدث في النهاية.[7]

---

(1) أميرة الحسيني، مرجع سابق، ص.202.
(2) بركات عبد العزيز، ، مرجع سابق،ص.211.
(3) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، مرجع سابق، ص.54.
(4) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص، 212.
(5) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص، ص. 109،108.
(6) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص.213.
(7) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص. 110.

و يمكن مناقشة خصوصية الدراما الإذاعية من واقع مقومات الدراما بوجه عام، تلك المقومات التي تتمثل في:[1]

-الحدث أو الفكرة، و التي يجب أن تكون ذات قيمة إنسانية و هادفة في المجتمع.

-الشخصيات: إذ يرسم الكاتب الإذاعي للشخصيات في العمل الدرامي في حدود ما يخدم الفكرة الدرامية موضحا أبعادها الجسمية (ذكرا أم أنثى)، الاسم، السن، المظهر، ثم من ناحية البعد الاجتماعي و يظهر في انتماء الشخصية إلى طبقة معينة أو فئة من فئات المجتمع و كذلك الوظيفة و المستوى التعليمي و الثقافي و اتجاه التفكير...الخ، و في الأخير يرسم البعد النفسي و يتمثل في جانب الدوافع و الغرائز و ما ينشأ عن ذلك من أفعال و هدوء و من انطواء أو انبساط اجتماعيين، و من حب أو نفور وكراهية و حقد و ما يتصل بذلك من عقد نفسية محتملة الحدوث.

و يستخدم كاتب الدراما الإذاعية عناصر الموسيقى و المؤثرات الصوتية و الحوار للإيحاء بمواقف الحركة، و يتضمن النص الإذاعي شرحا لتتابع المشاهد و استخدامات الموسيقى و المؤثرات الصوتية و صدى الصوت. [2]

فبناء التمثيلية الإذاعية ينبغي أن يكون متكاملا و متوازنا تتضح فيه عناصره المختلفة ابتداء من الموضوع و العقدة و مرورا بالشخصيات و الحوار و انتهاء بالإخراج الذي يحول النص الإذاعي إلى تجربة حية من المسامع (المشاهد) المتسقة بالموسيقى و المؤثرات الصوتية.[3]

4-1-7-البرامج الإخبارية: تقوم الإذاعات على اختلافها (محلية، وطنية، عالمية) بنقل الأحداث من موقعها مباشرة، أو تسجلها لتذيعها في وقت لاحق، أو تقدم الأخبار الهامة من خلال نشرات أو مواجيز الأنباء بهدف إخبار الجماهير و إثارتها و إيقاظ الوعي لديها. كما تقوم بتفسيرها و تحليلها حتى يمكن للمستمع أن يستوعبها و يفهمها و يشارك فيها خاصة بعدما تعقد المجتمع الحديث و ازدادت تخصصاته و ترامت أبعاده و أصبح ما يحدث فيه غير مفهوم لعامة الناس، مما يتطلب شرحا و تفسيرا لمغزاه و جوانبه.[4]

و تعد الخدمة الإخبارية من المواد الأساسية التي تقدمها المحطات الإذاعية، ففكرة نقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من الناس و في أسرع وقت ممكن، كانت و مازالت هدفا أساسيا للمجتمعات المختلفة، فالأخبار هي المعلومات الجديدة التي تهم الناس و تؤثر فيهم.[5] فالقيم الإخبارية خصائص آنية أصيلة في الإخبار اصطلح على توافرها فيها، فان وجدت أو انتفت أمكن الحكم على ما للأخبار من قيمة و بالتالي على مدى صلاحيتها للإذاعة أو النشر لذلك يعتبرها البعض معايير للاختيار، أو هي بمثابة مقاييس أو مواصفات لتحديد قيمة الأخبار و أوزانها أو حجمها و يطلق عليها البعض صفة الخصائص الواجب

---

(1) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص.214.
(2) حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص، ص، 214، 219.
(3) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، مرجع سابق، ص.54.
(4) محمد معوض، مرجع سابق، ص.45.
(5) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار،مرجع سابق،ص.89.

توافرها في الأخبار، و بغض النظر عن المسميات فان الباحثين بشكل عام يتفقون على تحديد هذه القيم مع زيادة أو نقصان في عددها.[1] و أهم هذه القيم:[2]

-التأثير
-الصراع.
-الشهرة.
-القرب.
-المالية.
-القرابة.
-البساطة و الوضوح.
-الاستمرارية.
-السلبية.
-التراكيب أو البنية.
-التردد.
-الحد أو البداية.
-الدلالة أو المعنى.
-التوافق أو التناغم.

و يضيف لها "شانلي جونسون" و "جوليان هاريس" قيمتي الجنس و الحيوان. و البعض يضيف التوقع و الأهمية و الجسامة أو الضخامة و التشويق و الأخلاق العامة و سياسية الوسيلة كعناصر مكملة.[3]

بينما يقصرها البعض الآخر لغرض التركيز على خمسة معايير إخبارية رئيسية و هي:[4]

-التأثير الكبير على الجمهور.
-الصراع سواء أكان ماديا أو معنويا حتى وإن كان اختلافا في الرأي.
-الشهرة، كإذاعة خبر لشخص معروف.
-القرب سواء الجغرافي أو السيكولوجي.
-الحداثة، أي أنها تحتوي على معلومات جديدة.
-الاهتمام أو المصلحة العامة أو الشخصية.

أما عن أنواع الخبر الإذاعي و تقسيماته، فهناك العديد من الأسس التي يصنف وفقا لها الخبر الإذاعي و الأخبار بوجه عام، و تأتي أهمية معرفة هذه الأسس ليس فقط من اجل مكونات أو بناء القوالب الإخبارية،

---

(1) عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف و الموضوعية، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع و دار الثقافة للنشر،عمان،2003، ص.134.
(2)منى سعد الحديدي، "الخبر" مجلة الإذاعات العربية (موسوعة الإذاعة و التلفزيون) عدد(11) ، تونس، 2001، ص،ص،96،97 .
(3) عبد النبي خزعل، مرجع سابق،ص.135.
(4) نفس المرجع،ص.135.

و لكن أيضا من اجل الاستفادة بها في تحقيق نوع من التوازن في الممارسة الإخبارية للوسيلة، و تتمثل أهم أسس تصنيف الأخبار في عشرة عناصر أساسية هي:[1]

–الموضوعية: يمكن تقسيم الأخبار الإذاعية على أساس مدى موضوعيتها إلى قسمين: أخبار موضوعية (تقدم وفق ما حدث تماما) و أخبار ملونة (تقدم كما تريد السياسة الإخبارية للإذاعة أن يفهمها الجمهور).

–المصدر: هناك أخبار مجهولة المصدر و هناك أخبار محددة المصدر، و هناك أخبار من مصادر رسمية و ذات صفة قانونية و هناك أخبار من مصادر غير رسمية.

–تكوين الخبر: يمكن تصنيف الخبر إلى قسمين: الأول خبر بسيط و هو الذي يتضمن حدثا واحدا، و الثاني خبر مركب وهو يتضمن أكثر من واقعة مرتبطة بالحدث الرئيسي.

–أسلوب العرض: يمكن أن نقسم الأخبار إلى قسمين: أخبار مجردة و أخبار مفسرة.

–محور التركيز: على هذا الأساس، فانه تقسم الأخبار إلى ثلاثة أنواع: أخبار محورية الحدث ،أخبار محورية الشخصية و أخبار محورية الحدث و الشخصية.

–الإعداد: و هي قدرة المحرر على إيجاد توليفة متكاملة من المعلومات و يصيغها بأسلوب إذاعي ذي لغة واضحة و معبرة تتسم بالدقة و البساطة و الشمول.

–الاتجاه أو التأثير المتوقع: يمكن تقسيم الأخبار حسب التأثير المتوقع إلى الأنواع الآتية: أخبار ايجابية، أخبار سلبية و أخبار ايجابية سلبية أي أخبار غير محددة أي لا تتضمن معنى الايجابية أو السلبية.

–طبيعة وقوع الحدث: و فق هذا الأساس يمكن تقسيم الأخبار إلى ثلاث مستويات: أخبار معروفة أو مؤكدة، أخبار متوقعة، و أخبار مفاجئة.

–نطاق التغطية الجغرافية: على أساس نطاق التغطية الجغرافية للخبر، يمكن تصنيف الأخبار إلى سبعة أقسام رئيسية هي: الأخبار المحلية،الأخبار الإقليمية،أخبار إقليمية/محلية،أخبار محلية/دولية،الأخبار الإقليمية/الدولية،الأخبار المشتركة (الجمع بين المحلي و الإقليمي و الدولي).

–مضمون الخبر: فهناك الأخبار السياسية و الأخبار الاقتصادية و العسكرية و تحليلها و مناقشتها و تفسيرها و شرحها للمتلقي، حتى يدرك الأسباب التي أدت إليها و النتائج التي ترتبت أو يتوقع أن تترتب عليها.[2] و تشغل المواد الإخبارية سواء نشرات الأخبار أو التحليلات و التعليقات الإخبارية و برامج الشؤون الخارجية، نحو خمس زمن الإرسال الإذاعي فضلا عن وجود قنوات إخبارية متخصصة تعمل على نقل الأخبار و تفسيرها على مدار الساعة.[3] و تعتبر نشرة الأخبار بمثابة رأس الحربة أو البصمة البارزة التي تعرف بها شخصية المحطة، و في كثير من الأحيان تعد المعيار الذي يمكن أن يقاس به أداء المحطة بصفة عامة.[4] و كذلك إن طبيعة النشرات و العروض الإخبارية و الفترات الزمنية المحددة التي

---

(1) محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي و التلفزيوني، الطبعة الاولى، در الكتاب الحديث، القاهرة،1996، ص،ص،14-20.
(2) نبيل راغب، مرجع سابق،ص،254.
(3) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق،ص،89.
(4) محمد نادر، عبد الحكيم السيد، مرجع سابق، ص.26..

تعرض فيها عدة مرات خلال اليوم الواحد، و طبيعة الجمهور المستمع المختلف اجتماعيا و ثقافيا و عمريا و جنسيا،و طبيعة الوسيلة الناقلة تلزم محرر النشرة الإخبارية بقاعدة رئيسية تحكم تحرير الأخبار المسموعة، تقوم على أساس أن الأخبار تكتب من قبل محرر لكي تقدم مقروءة من قبل مذيع ومسموعة من قبل جمهور ، منقولة من خلال و سيلة إعلامية (الراديو) . تضمن وصول الرسالة بصورة ناجحة.[1] و تكون أخبار الإذاعة على أفضل صورها عندما تذيع الأحداث فور وقوعها.[2] وفي هذا الصدد يمكن استعراض عدة نماذج من المواد الإخبارية و تشمل ما يلي:

-نشرات الأخبار: يتفاوت الزمن المخصص للنشرة الإخبارية من إذاعة إلى أخرى، حيث يمتد بين خمسة (5) و خمسة عشر(15) دقيقة و أحيانا يمتد لنصف ساعة أو أكثر و هو ما يعرف بالفترة الإخبارية.[3] و يرى البعض أن معدل النشرة الإخبارية هو خمسمائة (500) كلمة، و أن القليل من نشرات الأخبار تتعدى هذا الرقم، كما أن أخبار الراديو تكتب حوالي عشرة (10) كلمات في السطر الواحد.[4] و تنقسم الفترة الإخبارية إلى ثلاثة أجزاء بنسبة متساوية و هي: نشرة الأخبار ، تقارير إخبارية ، و مجلة إخبارية، و قد يختلف الزمن المخصص لكل جزء منها حسب أهمية الأحداث و توافر المصادر الإخبارية و احتياجات الجمهور المستهدف.[5]

-التعليق و التحليل الإخباري:فالتعليق الإخباري هو حديث إخباري مباشر يكتبه شخص متخصص للتعبير عن رأي معين في قضية ما أو حدث .[6] أما التحليل الإخباري فهو شرح للخبر و مقابلته بالأخبار الأخرى المرتبطة بذات الموضوع سواء كانت متوافقة معه أم متعارضة.[7] فالتوجه الإذاعي في الدول المتقدمة و الديمقراطية يحرص على إبراز الرأي و الري الآخر ثم التفاعل بينهما الشيء الذي يمكن أن يؤدي إلى رأي ثالث أو رابع.[8]

-شريط الأخبار: عبارة عن برنامج إخباري يستهدف فصل التحليلات و التعليقات عن الأخبار المجردة و يتطلب هيئة تحرير كبيرة و إمكانيات تقنية إضافية حتى ينتج بشكل جيد. و يختار رئيس التحرير عددا محددا من الأخبار التي تحتاج إلى شرح و تركيز من بين كم هائل من الأخبار المتاحة و يأطر من طرف مهارات عالية في استخدام الشرائط المسجلة و فقرات الربط بين المواد المقدمة.[9]

-التغطية الإخبارية: و تتضمن ما يلي:[10]

-تغطية الاجتماعات و الخطب.

---

(1) محمد نادر، عبد الحكيم السيد، مرجع سابق، ص.26.
(2) ستيوارت ألان، ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، مجموعة النيل العربية، مصر ،2008 ،ص.147.
(3) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص، 90.
(4) عبد العالي رزاقي، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الانترنيت، سلسلة الإعلامي المحترف، الجزائر،2004،ص.55.
(5) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص، 90.
(6) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص.60.
(7) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص. 61.
(8) نبيل راغب، مرجع سابق، ص. 262.
(9) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص. 91.
(10) نفس المرجع،ص،ص،92،94.

-تغطية المؤتمر الصحفي.

-تغطية الأحداث الخاصة.

-تغطية الأحداث الرياضية.

هذه هي أهم الأشكال الإخبارية بالإذاعة، و هناك أشكال أخرى أساسها الخبر، و من خلالها تؤدي الإذاعة وظائفها المتعددة في النظام الاجتماعي، فالمادة الإخبارية هي جوهر الوظيفة الإعلامية لأنها تتضمن معلومات تمكن الناس من فهم الظروف الشخصية و البيئية و التصرف تجاهها عن علم و معرفة، و عليه فان دور المادة الإخبارية في تجسيد وظائف الإذاعة كوسيلة اتصال يتأثر حتما بالظروف السياسية و الاقتصادية و الثقافية التي تعمل فيها الإذاعة، و يختلف هذا الدور من مجتمع إلى آخر و لكن المادة الإخبارية تظل ذات أهمية رئيسية للفرد و المجتمع و الإنسانية بوجه عام.[1]

7-1-5-برامج المنوعات: يمكن تعريف الترفيه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية بأنه محاولة وسائل الاتصال التنفيس عن الجمهور المستهدف لإحداث تأثير معين، من خلال تحقيق حالة من الاستمتاع و الاسترخاء لهذا الجمهور. إذ يتضح من هذا التعريف أن الترفيه هو هدف و وظيفة في نفس الوقت، فهو وظيفة هادفة تتكامل فيما بينها لتكون هذه الغاية التي هي أصولها و قواعدها.[2] و قد أشار "جراهم ديقي" إلى أن تضمين نشرات الأخبار حدثا طريفا و مسليا ليس أمرا سيئا أو معيبا، بل هو ضروري لإيجاد نوع من التوازن مع الحروب و الكوارث التي تستحوذ على أولويات اهتمام الإذاعة.[3] و تضم برامج المنوعات العديد من العناصر المختلفة: عروض كوميدية ، مواقف درامية ، موسيقى غنائية ، نكت ، مونولوج ، حوار و تعليق، إذ يحقق وجود هذه العناصر مجتمعة ميزة نسبية لبرامج المنوعات لا تتحقق في أشكال البرامج الأخرى، تستهدف برامج المنوعات التسلية و الترفيه و التخلص من القلق و التوتر و النقد الاجتماعي البناء في إطار من المرح و البهجة.[4] و بذلك تمثل المنوعات في الإذاعة العمود الفقري أو القالب الأساسي للوظيفة الترفيهية، أو لتحقيق أهداف الإذاعة في الترفيه عن الجمهور و في نفس الوقت تشكل وسيلة لا يستهان بها في تحقيق الأهداف الآجلة الخاصة بالتعليم و اكتساب المعارف و الخبرات للجمهور. كما يساهم الترفيه في تأصيل القيم الاجتماعية المألوفة و يحث الأفراد على التمسك بها و وضعها موضع التطبيق الفعلي في سلوكياتهم. كما يساهم في الدعوة إلى نشر الاتجاهات الاجتماعية الجديدة المرتبطة بمراحل التطوير المستمر في المجتمع بشرط ألا تتعارض مع ما هو راسخ من قيم و مبادئ.[5]

7-1-6-البرامج التعليمية و التثقيفية: يعد المذياع وسيلة سمعية احتلت مكان الصدارة بين الوسائل المستخدمة في مجال التوعية و التثقيف و التعليم، بعد أن أصبح في متناول جميع الناس على اختلاف

(1) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص،ص. 61،62.
(2) نفس المرجع ،ص.62.
(3) نبيل راغب، مرجع ساق، ص. 356.
(4) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص.103.
(5) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص،ص.238،239.

طبقاتهم و مستوياتهم التعليمية. و يقدم المذياع إذا ما استخدم كوسيلة تعليمية الكثير من الفوائد من خلال:[1]

-توصيل المعلومات و الخبرات إلى المتعلمين.

-توصيل الدرس بصوت معلم أو مذيع.

-يستفيد المتعلم و المعلم من خلال استماعه للدرس أكثر من مرة.

-تتضاعف فائدته في المدارس البعيدة عن المركز المديني الذي لا تتوافر فيها وسائل تعليمية، كما يمكن استخدامه في التعليم ذاتيا.[2]

و تستهدف البرامج التعليمية و التثقيفية قطاعات متخصصة من الجماهير، و يناسب هذا الاستخدام الدول النامية نظرا للافتقار إلى وسائل الاتصال و الموصلات، و قلة أعداد و إمكانيات المدارس و المعلمين و زيادة نسبة الأمية. تهدف البرامج التعليمية إلى إثراء الجانب المعرفي لمستقبليها من الجامعات المستهدفة و تنقسم هذه البرامج إلى نوعين أساسين: الاول يطلق عليه البرامج التربوية و هو غير مرتبط بمنهج دراسي، أما الثاني فهو مرتبط بمنهج دراسي محدد و يطلق عليه اسم البرامج التعليمية المنهجية.[3]

و يذكر "ليفينسون" ما يزيد عن اثنتي عشرة ميزة للإذاعة السمعية في مجال التعليم منها: أنها تثير العواطف و تحدد الاتجاه،تعطي المدرس المزيد من الصلاحيات و الشجاعة، تساعد المتعلم على المشاركة في العملية التعليمية و لا تعطي للمدرس فرصة لأن يتولى العملية التعليمية بمفرده، و تساعد الطالب على التخيل و التمييز بين الأشياء و تساعده على تطوير المنهج و المعلومات.[4]

و من بين الأهداف التعليمية التي تسعى إليها الإذاعة السمعية مايلي:

-أهداف معرفية:تتمثل في إكساب الطلاب ثقافة عامة، التعريف بالمواد الدراسية، تعريف الطلاب بمشكلات المجتمع المحلي و العالمي.

-أهداف وجدانية: أن يقدر الطلاب الأعمال الإذاعية و يتذوقها، و أن ينتهج الطالب أسلوبا عمليا في التفكير و تنمية روح الولاء للوطن و حبه.

-أهداف مهارية: تتمثل في توظيف طاقات الطلاب في ممارسة العمل الإعلامي.[5]

و من بين أشكال البرامج التعليمية مايلي:[6]

-برامج ما قبل المدرسة.

-برامج موجهة لطلاب المدارس.

-برامج الجامعة المفتوحة.

---

[1] ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الدبس، وسائل الاتصال و تكنولوجيا التعليم، الطبعة الثانية، دار الصفاء للنشر و التوزيع،عمان، 2003، ص،ص.139،140.

[2] محسن علي عطيه، تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال،الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2008،ص.60.

[3] حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص.94.

[4] مصطفى محمد عيسى فلاتة، مرجع سابق،ص. 150.

[5] نصار رمضان عمر، موسوعة الإذاعة المدرسية،الطبعة الأولى، مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع، الإسكندرية،2009،ص.12.

[6]حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص،ص.95،99.

-برامج تعليم الكبار.

-برامج المرأة.

7-1-7 برامج الفيتشر : كلمة فيتشر(Feature) من الكلمات الأجنبية و هي تعني ملامح أو معالم، فقد تستخدم لتدل على ملامح الوجه، أو ملامح جانب معين من جوانب الحياة، و لقد استخدم بعض الباحثين مصطلح "برامج الإبراز" بدلا من "برامج الفيتشر" باعتبار أن هذه البرامج تنطوي على إبراز شخص أو حدث أو مفهوم أو قضية من كافة الوجوه و تقديم صورة متكاملة عنها للمستمع، و لقد أسفرت الممارسة الإعلامية المتطورة باستمرار عن ظهور الفيتشر كقالب إذاعي يتحدى القوالب الإذاعية التقليدية و المعروفة.[1]

حيث يتطلب هذا النوع من البرامج بحوثا دقيقة، و تقييما عميقا للمادة المسجلة التي تبرز التفاصيل و الخلفيات و وجهات النظر. كما يستخدم المونتاج بحرفية عالية للتأكيد على الفكرة أو الرأي، و يستهدف هذا القالب البرامجي تحليل الموقف الحالي و التنبؤ بالمستقبل بناءا على تحليل منطقي مدروس.[2]

و برامج الفيتشر كقالب إذاعي لم تستقر بعد على تعريف محدد لها، و لعل ذلك يرجع إلى أن ذاتية المنتج يكون لها دور ملحوظ بالرغم من الجانب الموضوعي و المتمثل في الالتزام بالحقيقة و المعايير الإذاعية المقبولة في توصيل الفكرة إلى الجمهور. فان له جانبا ذاتيا آخر هو ذاتية المسئول عن البرامج، إلا أنه يمكن أن نذكر تعريفا صريحا للفيتشر بأنه: قالب إذاعي يعرض عن المضمون بأسلوب إبداعي تحدده ذاتية المنتج مع الالتزام بالمعايير الإذاعية.[3] و يقع هذا الشكل البرامجي بين نمط تغطية الأحداث الخاصة و نمط البرامج الوثائقية إلا أنه يختلف عن البرامج الخاصة في الجوانب التالية:[4]

-يتسم الحدث الخاص بالسرعة و الفورية في الإعداد، بينما يتطلب برنامج الفيتشر تخطيطا مسبقا و إعدادا دقيقا.

-تغطية الأحداث الخاصة لا تستوجب الإعداد المسبق للنص المكتوب، في حين يتطلب برنامج الفيتشر وجود النص الدقيق.

-غالبا ما تذاع الأحداث الخاصة على الهواء مباشرة، و تشترك فيها جميع وسائل الإعلام، في حين يتميز برنامج الفيتشر بكونه احد إبداعات الإذاعة التي تبرز شخصيتها و لا يشترك في تغطيته وسائل إعلامية أخرى.

إن الفيتشر كقالب إذاعي إنما هو بمثابة تأكيد لفكرة هامة، مفادها أن القوالب الإذاعية قابلة للتطوير بل إنها يجب أن تكون كذلك بالفعل، و أن الذات المبدعة بإمكانها ابتكار أساليب جديدة في إطار ما هو متعارف عليه من قوالب إذاعية، و كذلك ابتكار قوالب إذاعية جديدة تماما خارج هذا الإطار.[5]

---

(1) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص،288

(2) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص، ص.83،84.

(3) بركات عبد العزيز ، مرجع سابق،ص.288.

(4) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص، ص.85،86

(5) بركات عبد العزيز، مرجع سابق ،ص.290.

7-1-8-إعلانات الإذاعة: و يمكن تعريفها على أنها مجموعة من الأصوات المصممة لتحفيز الأشخاص على اتخاذ إجراء ما، فالإعلان يروج لبيع سلعة أو خدمة أو فكرة. و تتنافس الإذاعة مع آلاف الرسائل التجارية الأخرى التي يتعرض لها المواطن كل يوم.[1] و يعتبر الوقت في برامج الراديو هو الوحدة التي تباع تماما مثل الحيز (المساحة) في الوسائل الأخرى، و أول ما يجب أن يفكر فيه المعلن الذي يرغب في استخدام الراديو كوسيلة لتوصيل رسائل إعلانية هو:[2]

-البرامج من حيث هي برامج مسجلة أو برامج حية

-وقت إذاعة البرامج، أي أين تكون نسبة الاستماع ملحوظة.

-عدد المستمعين.

و تتخذ إعلانات الراديو أشكالا عديدة يمكن حصرها على النحو التالي:[3]

-الإعلان المباشر: ويكون مركز يقدم رسالة صريحة من خلال صوت واحد فقط و دون مؤثرات صوتية.

-الإعلان متعدد الأصوات: يجمع بين صوتين أو أكثر لتقديم السلعة.

-الإعلان الحواري: يعتمد على أسلوب الحوار بين شخصين لإظهار مزايا السلعة.

-الإعلان الدرامي: يجمع بين الحوار و الموسيقى و المؤثرات الصوتية.

-إعلان الصورة الذهنية: يعتمد على إثارة خيال المستمع من خلال استخدام الخيال التاريخي أو خلق صورة ذهنية ايجابية.

-الإعلان الفكاهي: يعتمد على ابتكار موقف فكاهي مرح يتم توجيه الرسالة الإعلانية من خلاله.

-الإعلان السريع الخاطف: و يشير للإعلانات السريعة ذات العشر أو الخمس عشرة ثانية.

-الإعلان الغنائي: وهو التعبير على السلعة أو الخدمة من خلال فقرة غنائية.

-الإعلان المدمج مع أحد البرامج: و يتوحد مع محتوى البرامج.

و يتضمن محتوى الإعلان في الإذاعة خمسة عناصر أساسية هي على النحو التالي:[4]

-خصائص السلعة أو الخدمة.

-خبرات المستخدمين للمنتج.

-المزايا التنافسية للسلعة أو الخدمة.

-تعميق الفائدة للمستمع.

[1] حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو، كلية الآداب، جامعة القاهرة، القاهرة ، 1983،ص.379.
[2] إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، مرجع سابق، ص.148.
[3] حسن عماد مكاوي ، عادل عبد الغفار ،مرجع سابق،ص،ص.106،107.
[4] نفس المرجع ، ص، ص.107،108.

و في الأخير تجدر الإشارة إلى أن هناك اختلاف في الخصائص و الوظائف بين الإذاعة المحلية او الاذاعة الحكومية، فهذا الاختلاف هو الذي يدفع المعلنين إلى اختيار المحطات الإذاعية الكبرى و القوية القادرة على إيصال بثها إلى عدد كبير من المستمعين و العمل على اختيار الوقت الأمثل لعرض السلعة سواء قبل برنامج معين أو بعده أو أثناءه مقابل ثمن يتحدد بالدقيقة أو أقل فالإذاعة تبيع الوقت.[1]

البرامج الوثائقية:[2] هي شكل إذاعي مستقل يتضمن صبغة تعليمية و هو لا يعتمد على الخيال تماما و لا على الواقع تماما و إنما يقدم وصفا للمجتمع الإنساني مع تعليقات على السلوك البشري و الاجتماعي و تعتبر البرامج الوثائقية أرقى أشكال الفنون الإذاعية، فهي تتيح للكاتب الإذاعي إبراز مهاراته و قدراته و استخدام أقصى إمكانيات الراديو. و يعتمد البرنامج الوثائقي على تحليل الماضي و عرض جوانب الحاضر و التنبؤ بالمستقبل و تنقسم إلى ثلاثة أنواع:

-برامج تستهدف رفع الروح المعنوية لدى الشعب.

- برامج تطرح مشكلة حيوية تواجه المجتمع سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية و سبل علاج هذه المشكلة في إطار واقعي.

- برامج تعرض الحقائق المجردة من خلال تفاصيل الحياة اليومية.

و غالبا ما يتراوح عمر البرنامج الوثائقي بين خمسة عشرة(15) وستون (60) دقيقة، كما يعتمد على الصوت فقط من خلال أسلوب السرد (Narration) و تكمن الاستعانة بالموسيقى و المؤثرات الصوتية لإحداث الأثر الدرامي وعادة ما تكون الشخصية الرئيسية في البرنامج هي الراوي (Narrateur) و أسلوبه في الحديث للتعبير عن القصة، بالإضافة إلى أسلوب "الراوي" تستخدم البرامج الوثائقية الممثلين المحترفين و صوت الأشخاص الحقيقيين، كما يمكن عمل توليفة من كل ذلك في برامج وثائقي واحد، و تعد الاهتمامات الإنسانية هي مفتاح الكتابة الجيدة للبرامج الوثائقية حتى إذا كان الهدف هو تقديم حقائق مجردة.

8- عناصر الانتاج الاذاعي بالراديو:

8-1-العناصر الهندسية: العناصر الهندسية هي التي تقوم بالجانب الهندسي في الإنتاج الإذاعي، و تشمل الآتي:

8-1-1-الأستوديو:(مكان الإنتاج): يعتبر أستوديو الإذاعة المكان الملائم الذي يبدأ منه الإنتاج الإذاعي، أي المكان الذي يتم فيه تحويل ما كتبه الكاتب الإذاعي إلى أصوات مسموعة و هذا المكان له شروط يجب توفرها.[3] إنه المكان الأكثر أهمية في مبنى الإذاعة، تكون غرفته مغلقة بمواد عازلة تمنع تسرب الأصوات و الضجيج الخارجي.[4] و كما هو معلوم فان الإذاعة الصوتية تعتمد على الصوت

---

(1) احمد عادل راشد، الإعلام، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، 1981،ص.520.
(2)حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق،ص،ص.84،88 .
(3) مرزوق يوسف، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، مرجع سابق،ص.104.
(4) الموسوعة العربية، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، الرياض، 1999، ص.41.

باعتباره المادة الأساسية لبرامجها، فهو عبارة عن اهتزازات ذبذبية تحدث في وسط معين نتيجة لاهتزاز الأجسام في ذلك الوسط و إن تلك الاهتزازات تخلق خلخلة في الوسط الذي تمر خلاله بغض النظر عن طبيعته ما لم يكن عازلا، حتى تصل إلى أذن المستمع.[1] لهذه الأسباب يراعى في تصميم الاستوديوهات مايلي:

-عزل الأصوات غير المطلوبة ، بحيث لا يسمع الإنسان داخل الأستوديو أي شوشرة، بمعنى أن يعد الأستوديو عدا سليما من ناحية العزل الصوتي.[2] و ذلك من خلال منع وصول ضوضاء خارجية إلى داخل الأستوديو.[3] لهذا تختار أماكن بعيدة عن المناطق المزدحمة و الأماكن التي تحدث ضجيجا كالأسواق العامة و المطارات.[4]

-عدم وجود نوافذ أو أبواب مباشرة، و يتم ذلك ببناء حائط داخلي على بعد عشرون(20) سنتمتر من الحائط الأصلي و الحائط الجديد يعتبر فراغ هوائي يعمل على عزل الصوت.[5] أو توضع به مواد عازلة تكون عبارة عن "صوف زجاجي" بالإضافة إلى عزل الأرضية بطبقة عازلة للصوت.[6] هذا ما يسمى بالعلاج الصوتي.

-تغطية بعض أجزاء الأستوديو من الداخل بأجسام لها أشكال هندسية للتقليل من قوة الذبذبات عندما تصطدم بها الموجات مباشرة من أجل تحسين نوعية الصوت.[7] و بما أن هناك نافذة واحدة في الأستوديو فيجب الحرص على أن يكون الزجاج سميك على شكل لوحين بهما فراغ يمنع دخول الأصوات، يوضع في هذا الفراغ مادة تسمى "سيلكاجيل" و هي تشبه الرمل، حيث أن الرطوبة موصل جيد للصوت، هذه المادة تعمل على امتصاص هذه الأخيرة، و بذلك يكون الضامن للحصول على عزل صوتي جيد في الفراغ الموجود بين الألواح الزجاجية.[8] و هناك عدة أنواع من الاستوديوهات نوجزها فيما يلي:[9]

-أستوديو التنفيذ (أستوديو الهواء): يتم فيه التنفيذ أي بث المواد الإذاعية بأشكالها المختلفة، بدءا من نشرات الأخبار و مواد الربط على الهواء مباشرة. و هو مقسم إلى قسم خاص بالمذيع و قسم خاص بغرفة المراقبة مزودة بأجهزة التحكم و مراقبة المواد المذاعة و تنظيم و تحسين الصوت و تقويته قبل إذاعته على الهواء بواسطة عدد من الأجهزة كالمقوى و الخلاط و وحدة مراقبة الصوت و جهاز الإرسال، كما يحتوي هذا النوع من الاستوديوهات على أجهزة تسجيل لإذاعة البرامج و المواد المسجلة و لاقط الأسطوانات لإذاعة المواد الموسيقية أو أغاني على الأسطوانات.

---

(1) مصطفى حميد كاظم الطائي، التقنيات الإذاعية و التلفازية و أهميتها التطبيقية في التعليم و التعلم، مرجع سابق،ص.22.
(2) مرزوق يوسف، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، مرجع سابق، ص.105.
(3) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: الجديد في إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، مرجع سابق، ص.84.
(4) مصطفى حميد كاظم الطائي، التقنيات الإذاعية و التلفازية و أهميتها التطبيقية في التعليم و التعلم، مرجع سابق،ص.24.
(5) مرزوق يوسف، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، مرجع سابق،ص.105.
(6)عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: الجديد في إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، مرجع سابق،ص.84 .
(7) مرزوق يوسف، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، مرجع سابق، ص.105.
(8) نفس المرجع،ص،105.
(9) محمد محفوظ ، تكنولوجيا الاتصال: دراسة في الأبعاد النظرية و العلمية لتكنولوجيا الاتصال، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،2005، ص.95.

-أستوديو إنتاج البرامج: هذا الأستوديو أكبر حجما من أستوديو الهواء و هو معزول صوتيا بنفس الطريقة و مقسم إلى قسمين، الأول خاص بالمذيع و ضيوف البرامج و الثاني خاص بمهندس التسجيل و أجهزة الهندسة الإذاعية اللازمة لعمليات التسجيل و التركيب و هي أجهزة تسجيل و أجهزة لاقطة اسطوانات وأجهزة تحكم لتحقيق التوازن الصوتي و ميكرفون للتخاطب و سماعة.

8-1-2- الميكروفونات (اللاقطات الصوتية): تعتبر الميكروفونات الأداة الرئيسية لنقل الأصوات و تحتل مكان الصدارة في الإذاعة المسموعة، فهي التي تنقل الموجات الصوتية و تحولها إلى موجات كهربائية. لابد لميكروفون الإذاعة من شروط حتى يكون صالحا للاستخدام، كأن يكون ذا حساسية خاصة أي ذا مستوى صوتي معين، إلى جانب أن يكون سهل الاستعمال، و لا يتأثر بالحرارة، و أن يتحمل الضغوط الصوتية و الفروق العالية في المستويات الصوتية.[1] تختلف أشكال اللاقطات تبعا لطبيعة عملها و الغاية من استخدامها، فكل نوع يتميز بخصائص معينة تميزه عن غيره و بخاصة فيما يتعلق بطرق إلتقاطها للصوت.[2] والمايكروفونات حساسة بما يكفي لالتقاط كل أنواع الأصوات،و يمكن للميكروفون أن يلتقط اقل الإشارات الصوتية.[3] و يتم اختيار عدد مناسب من الميكروفونات و من أهمها:[4]

-الميكرفون الإتجاهي أو الشريطي: يلتقط الأصوات القادمة من ناحيتين فقط و هو لا يستخدم خارج الأستوديو لأنه يتأثر بحركة الرياح و هو يصطلح لتسجيل البرامج الحوارية داخل الأستوديو.

-الميكروفون الديناميكي (أو الملف): يلتقط الأصوات من جميع الاتجاهات بالتساوي عكس الميكروفون الإتجاهي، و هو يصلح للقاعات المكتومة و يستخدم في التسجيلات الخارجية.

-الميكروفون القلبي: و يجمع بين مزايا الميكروفون الشريطي و الميكروفون الديناميكي، يصلح بالقاعات التي بها صدى لأنه لا ينقل الانعكاسات.

-الميكروفون المكثف: يستخدم في الأماكن المغلقة و لا يستخدم في الأماكن المفتوحة، و هو يعطي صورة صوتية صحيحة.

-ميكروفون الشفاه: يمكن تقريبه من شفاه المتكلم حيث ينتقل صوته فقط مهما كانت الضوضاء من حوله، و هو مناسب للمحاضرين و المطربين.

-ميكروفون ذو اتجاه خاص: لا يستقبل إلا الصوت الموجه له مباشرة، و يرفض استقبال الأصوات المحيطة

-ميكروفون الرقبة: و هو الذي يتم تعليقه في رقبة المتحدث.

-الميكروفون اللاسلكي: و هو الذي لا يحتاج إلى وصلات سلكية.

---

(1) عبد الدائم عمر الحسن، مرجع سابق،ص.86.

(2) مصطفى حميد كاظم الطائي، التقنيات الإذاعية و التلفازية و أهميتها التطبيقية في التعليم و التعلم، مرجع سابق،ص،47.

(3) ميتشل ستيفنس،البث الإذاعي،ترجمة(هشام عبد الله)،الأهلية للنشر و التوزيع،الطبعة الأولى،عمان،2008،ص.257.

(4)عبد المجيد شكري، الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم: نظرة مستقبلية للقرن الواحد و العشرين، دار الفكر العربي، القاهرة،2000،ص،ص.76،78.

8-2- العناصر الصوتية: إن القاسم المشترك بين الجانب البرامجي و الهندسي، هو المادة الخام التي يتشكل منها الإنتاج و هي الصوت و عناصره إما كلمة منطوقة أو موسيقى، أو مؤثرا صوتيا[1] و يمكن تفصيلها كمايلي:

8-2-1-الكلمة المنطوقة: هي الكلمة التي يمكن ترجمتها داخل الذهن إلى الصوت و تلك التي تساعد على تكوين صورة ذهنية.[2] و المعروف أن سلاح الإذاعة هو الكلمة الموسوعة، و من مميزاتها أنها كلمة مقبولة و مفهومة، بسيطة و غير متكلفة و أسلوب كتابة هذه الكلمة يمكن تسميته بالأدب الإذاعي.[3]

-الموسيقى: تعتبر الموسيقى مكونا أصيلا من مكونات الأسلوب الإذاعي.[4] و لقد وجد الراديو عونا على تدعيم إنتاجه و اجتذاب المستمعين حتى أصبحت جزءا هاما في الإنتاج الإذاعي.[5] و تلجأ بعض المحطات الإذاعية الكبيرة إلى تخصيص فرق موسيقية كبيرة لإنتاج الموسيقى المصاحبة للكلمة، حيث تقوم بدور مشابه لدور الإضاءة في المسرح حيث أنها تزيد من أثر الانفعالات، كما أنها تستخدم للتعبير عن الصراع و الأحداث.[6]

8-2-2-المؤثرات الصوتية: و هي الأصوات التي تعطي تعريفا بنوع المصدر الصوتي، كما تعرف بالمخلوقات المختلفة، و هي تحدد أيضا الإطار الزمني و المكاني للأحداث، فعن طريق المؤثرات الصوتية تنشط مخيلة المستمع و يعيش واقع الأحداث.[7] من هنا يمكن أن تستخدم المؤثرات الصوتية بحيث تكون ذات قيمة عالية للإنتاج الإذاعي.[8] كما يجب أن تستخدم في حدود الغرض المطلوب و بدقة متناهية، لان استعمالها غير المناسب يأتي بنتائج عكسية تماما.[9]

9- مراحل الانتاج الاذاعي بالراديو:

يمر الإنتاج الإذاعي المسموع بعدة مراحل هامة لإنجاح أي شكل من أشكال الإنتاج الإذاعي. و تتمثل في أربعة مراحل هي:

9-1- تحديد الجمهور المستهدف: كانت البداية دائما في صياغة الرسائل الاتصالية هي رسم خصائص و سمات جمهور المتلقين باعتبارها المدخل إلى إدراك هذه الرسائل و تفسيرها، و لذلك فان عمليات و تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري يجب أن تفسر في ضوء مفهوم جمهور المتلقين النشط الذي يبحث عما يريده و يرفض ما لا يتوقعه، و يتفاعل مع أعضاء الجماعة المرتبطة به. و لذلك لا

(1) عبد الدائم عمر حسن، مرجع سابق، ص.87.
(2) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: الجديد في إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، مرجع سابق،ص.87.
(3) عبد الدائم عمر حسن، مرجع سابق، ص.87.
(4) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص.230.
(5) عبد الدائم عمر حسن، مرجع سابق، ص.87.
(6) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص.232.
(7) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: الجديد في إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، مرجع سابق،ص.69.
(8) بركات عبد العزيز، مرجع سابق،ص.227.
(9) عبد الدائم عمر حسن، مرجع سابق، ص.88.

يمكن أن نغفل الطبيعة الاجتماعية لجمهور المتلقين في الاختيار و التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري و دوافع استخدامها، كما لا يمكن أن نغفل السمات الفردية و خصائص الشخصية و السمات النفسية للجمهور خصوصا عندما لا تصبح السمات العامة أو الخصائص السكانية كافية للتخطيط.[1]

فقبل أن يتم اختيار أي برنامج لابد من تحديد الجمهور المستهدف في البداية، لان ذلك سيؤدي إلى تحديد الفكرة بشكل أسهل، كما سيؤدي إلى سهولة تحديد الشكل الإذاعي المناسب لفكرة البرنامج المعني.[2] إن أهم السمات الجديرة بالدراسة هي السمات ذات العلاقة بالسلوك الاتصالي و أهمها:[3]

-العزلة و الانتماء الاجتماعي: يساعد الانتماء الاجتماعي على تنميط السلوك الاتصالي في إطار السمات المميزة لجماعات الانتماء و بالتالي سهولة التخطيط له و توقع اتجاهاته.

-جماعات الانتماء: تعتبر جماعة الانتماء هي الجماعة المرجعية التي يشارك الفرد أعضاؤها في الدوافع و الميول و الاتجاهات و يتمثل قيمهم و معاييرهم في سلوكه الاجتماعي، و عندما تمتلك وسائل الاتصال الجماهيري (الراديو) المعلومات الأساسية حول الجماعات المرجعية لأفراد الجمهور المستهدف فإنه يسهل التخطيط لبرامج إذاعية.

-الأطر المرجعية و المعايير الثقافية السائدة: تظهر أهمية معرفة المعايير الثقافية السائدة في كونها موجها في صياغة البرامج الإذاعية و اختيار رموز و دلالات المعاني التي يحتويها، و ذلك حتى يحقق الأثر المطلوب لارتباط إدراك الفرد برموز العمل و دلالته بأطر المرجعية بصفة خاصة و المعايير الثقافية بصفة عامة.

و تعد أبحاث جمهور وسائل الاتصال من المرتكزات الأساسية التي تعتمد عليها وسائل الاتصال الجماهيري في توجيه رسائلها إلى جمهور واسع، يمتاز بالأمزجة المتقلبة و الأذواق المتباينة و الحاجات المتجددة و الخصائص المختلفة في الجنس و السن و المهنة و مستويات التعليم و الثقافة و التحضر و يتصفون بالتنوع و عدم التجانس. و تجدر الإشارة إلى أن هناك نوعان من الخصائص لجماهير وسائل الاتصال، فالمجموعة الأولى تدور حول الخصائص العامة الشبه الثابتة و تتمثل في الجنس و السن و مستوى التحضر أو التوزيع السكاني، و المجموعة الثانية تتعلق بالخصائص الخاصة التي توصف بكونها متغير بحسب الزمان و المكان و تتلخص في، الخصائص الاجتماعية ، الخصائص الثقافية و التربوية و الخصائص النفسية لجمهور وسائل الاتصال.[4]

و لما كان الجمهور هو المحور الأساسي و المستهدف لكل عملية إنتاج، لذلك كان لزاما دراستة دراسة دقيقة نوجزها كمايلي:[5]

---

(1) محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص، ص. 133،134.
(2) عبد الدائم عمر حسن، مرجع سابق، ص.91.
(3) محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، مرجع سابق ،ص،ص.138،143.
(4) مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع، مرجع سابق،ص،ص.134،141.
(5) مصطفى محمد عيسى فلاتة، مرجع سابق،ص.126.

-تحديد طبيعة الجمهور و خصائصه.
-تحديد الموقع الجغرافي للجمهور.
-تحديد ما يريده الجمهور.
-دراسة واقع الجمهور.

9-2- اختيار الفكرة و موضوع البرنامج: كثيرا ما يخلط بين الموضوع و الفكرة، فالموضوع هو المضمون و ربما يكون موضوعا تاريخيا أو سياسيا أو اجتماعيا أو دينيا، أما الفكرة فهي وجهة النظر أو الهدف المقصود و هي بمثابة الرابط الموحد بين أجزاء الموضوع، و الفكرة تمثل قناعة الكاتب و ما يؤمن به، لذلك فان كل كاتب أو مؤلف إنما يعالج الموضوع بطريقته الخاصة و يعبر عن وجهة نظر معينة[1]. و تتحد فكرة البرنامج بناء على ثلاثة شروط حددها" أليسون" في:[2]

-فكرة جيدة و قابلة للتنفيذ.
-تنفيذ الفكرة أو إنتاجها جيدا من الناحية العلمية و الفنية.
-العرض أو التقديم على نحو جيد و بناء.

و لا شك أن اختيار موضوع أي برنامج يتحدد وفقا لما نريد أن نوصله إلى الجمهور المستهدف و وفقا للهدف المطلوب إحداثه من البرنامج. و يسهل اختيار البرنامج بعد تحديد الجمهور المستهدف[3]. وتنوع اهتماماته و اتساع حاجته و ما يتعلق بأذواقه و ميولا ته و اهتماماته و قيمة معتقداته و أوقات فراغه، فضلا عن أساليب تقديم هذه البرامج و ما تفرضه من تطوير لتدعيم قناعات الجمهور.[4]

9-3- الإعداد للبرنامج الإذاعي: يمر الإعداد الإذاعي بمجموعة من المراحل الهامة تتمثل في الآتي:[5]

-التخطيط للبرنامج -تحديد المصادر -البحث -جمع المادة -اختيار شكل البرنامج -اختيار المؤثرات الصوتية -اختيار الموسيقى -التجميع النهائي.

و سنركز في هذا العنصر على نقطة تبدو ذات أهمية و هي تخطيط و تصميم إنتاج البرامج السمعية من خلال أسلوب النظم الذي يستخدم للمساهمة في بلوغ أفضل مستوى إدارة و تأكد دوره في ميدان إنتاج البرامج الإذاعية و هو تعبير شاع استعماله للإشارة إلى عملية تطبيق التفكير العلمي في حل المشكلات.

إذ يبدأ التخطيط بتحديد الاحتياج الذي يعتبر بمثابة المدخل في عملية الإنتاج و في كل مادة إذاعية يفترض أن تكون هناك حاجة لإنتاجها و هذه تبرر بدورها الاتفاق على ذلك الإنتاج و استهلاك ما يلزم من وقت و جهد، و يتم النظر إلى الاحتياج من موقع المستفيدين. و بعد أن يثبت قيام الحاجة إلى

[1] عبد الدائم عمر الحسن، مرجع سابق، ص.92.
[2] مصطفى محمد عيسى فلاتة، مرجع سابق،ص.135.
[3] عبد الدائم عمر حسن، مرجع سابق، ص،93
[4] مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع، مرجع سابق ، ص.115.
[5] عبد الدائم عمر حسن، مرجع سابق،ص.93.

برنامج ما، تأتي مرحلة تحديد الأهداف، التي تصمم و تبني لخدمة المستفيد و لخدمة المجتمع، تمثلها الأهداف العامة و الأهداف الخاصة و الأهداف الطويلة المدى و القصيرة المدى و الدائمة(1). و على العموم يمكن مراعاة الإجراءات الآتية:(2)

-إدراك الأهداف و تحديدها.

-البحث عن الحلول المختلفة التي تمكننا من بلوغ تلك الأهداف.

-تقويم كل حل من هذه الحلول استنادا إلى تقدير كلفته و تقدير فائدته.

-عرض النتائج أمام المسئولين عرضا يمكنهم من اتخاذ القرار الأفضل.

9-4- التسجيل النهائي: تعد مرحلة التسجيل المرحلة النهائية في مراحل إعداد البرنامج و تنقسم إلى عدة مراحل: حجز الأستوديو، كتابة النص الإذاعي أو "الاسكريبت" (Script)، التسجيل النهائي للبرنامج، المونتاج و المزج الصوتي.(3) و يمثل إخراج البرامج و إنتاجها صورة ملموسة لما تتميز به تكنولوجيا العصر الحديث، ليس فقط من حيث التعقيد و التداخل بين الوحدات و العناصر المختلفة و لكن أيضا من حيث كونه يعتمد على مبدأ العمل الجماعي، إذ يصعب تصور إنتاج أو إخراج برنامج إذاعي ناجح بتقديمه إلى المستمع كعمل فردي.(4)

10-التطورات التكنولوجية للإذاعة في الوقت الراهن:

يمر العالم اليوم بمرحلة تكنولوجية و معلوماتية و اتصالية تتسم بسمة المزج بين أكثر من تكنولوجيا تمتلكها أكثر من وسيلة و يطلق عليها مرحلة الاتصال متعدد الوسائط، التكنولوجية التفاعلية، تكنولوجيا الوسائط المهجنة، و يتوقع أثناء المرحلة الانتقالية أن تسود ظاهرتا الاندماج و التركيز و يتوقع أن تندمج قطاعات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الإعلام لتشكلا قطاع تكنولوجيا الاتصال و الإعلام و المعلومات، و تفترض التوجهات الحالية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ظهور احد التصورات التالية لبيئة الاتصال في القرن الواحد و العشرين فإما تكريس العزلة و التفتيت الجماهيري، و ينبني هذا القصور على انتشار خدمات الاتصال الفردية، إقبال الأفراد المتزايد على امتلاك هذه الخدمات و ميل الأفراد إلى الانفراد، أو إما تكريس الهيمنة و الاندماج لوسائل الاتصال من خلال ميل وسائل الاتصال الجماهيري إلى التركيز في كيانات ضخمة.(5)

و يمكن القول بأن تاريخ تكنولوجيا الاتصال يعكس الجهود الإنسانية في بث رسائل الاتصال عبر المسافات البعيدة بأقصى سرعة ممكنة و أقل تكلفة اقتصادية و أكثر وضوحا عند الاستقبال، إذ يمكن رصد انعكاسات تطورات تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة المسموعة في الجوانب التالية:(6)

-قنوات الإذاعة عبر الفضائيات التلفزيونية.

(1) مصطفى محمد عيسى فلاتة، مرجع سابق،ص،ص.78،79.
(2) نفس المرجع،ص.78.
(3) عبد الدائم عمر الحسن، مرجع سابق،ص.97.
(4) مصطفى محمد عيسى فلاتة، مرجع سابق،ص،ص. 132،133.
(5) ياس خضير البياتي، دور الإذاعات في الحروب: احتلال العراق نموذجا، مجلة الإذاعات العربية، عدد (4)، تونس،2006، ص.100.
(6) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص.116.

-الراديو الرقمي.

-الراديو في شبكة الانترنيت.

سنركز في هذا المجال على نقطة تبدو على غاية من الأهمية و هي الإذاعة المسموعة عبر شبكة الانترنيت، لأنها تمثل مستقبل الإذاعة السمعية الكلاسيكية من منظور تكنولوجيا الاتصال.

10-1-قنوات الإذاعة عبر الفضائيات التلفزيونية: سعت العديد من الدول للاستفادة من القنوات الصوتية الموجودة عبر الأقمار الصناعية في بث خدمات إذاعية يمكن الاستماع إليها عبر جهاز الاستقبال التلفزيوني، و ساعد ذلك إلى حد كبير على تحسين موقف الراديو في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة التي شهدتها وسائل الاتصال، غير أن هذا التطور ظل محكوما بجهاز الاستقبال التلفزيوني، أو هو إرسال صوتي عبر قنوات مخصصة أصلا لاستخدامات التلفزيون، و غالبا ما يستخدمها بعض المهتمين بالاستماع الإذاعي من المغتربين عن أوطانهم.(1)

10-2-الراديو الرقمي: ظهرت سنة 1995 و كانت نتائج أبحاث مستمرة بدأت في منتصف الثمانينات(2)، و مازلت تعريفات الاتصال الرقمي محددة بحدود ما قدمته إسهامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعريف بالوسائل القائمة على النظم الرقمية مثل مواقع الويب، الفيديو.(3)

تعتمد هذه التكنولوجيا الجديدة على استخدام الإشارات التليغرافية بطريقة (التشغيل و الإيقاف) ، حيث يتم وضع المعلومات في شكل نبضات كهربائية، و تتخذ الطاقة الكهربائية المستخدمة شكل صوت أو نغمة يتم ترجمتها بعد ذلك إلى رموز تحاكي المعلومات الأصلية.(4) ففي السابق اعتمدت عملية نقل المعلومات إلى مسافات بعيدة على تحويل الإشارة الصوتية إلى إشارة كهربائية مناظرة لشد الصوت، فكلما ارتفع الصوت و انخفض اتسعت الإشارة الكهربائية المتماثلة عند عرض المعلومات كالتشويش الذي يحدث في كل نظم الإرسال، حيث يحدث بعض التداخل أثناء عملية استلام الإشارة، و هذا ما يلاحظ عند استقبال إشارات الراديو و التلفزيون التقليدية.(5) فميزة الاتصال الرقمي انه لا يؤدي إلى تشويش، إلا في لحظة تغيير الإشارات من تماثلية إلى رقمية عند بداية الإرسال، و من الإشارات رقمية إلى تماثلية عند منفذ الاستقبال.(6)

لقد دخلت تقنية البث الرقمي على جهاز الراديو و حسنت من أداء الإرسال الإذاعي تقنيا و بأقل كلفة،كما حسنت الموجات التقليدية غير المسموعة بشكل جيد، بالإضافة إلى اختيار اللغة التي يريدها المستمع ضمن مجموعة اللغات الحية التي تبث منها شبكات الإذاعة المسموعة، و هذه الخدمة الجديدة

---

(1) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص.118.

(2) Frédéric Vasseur, Les Medias du Future, coll. Que sais-je, 2eme éd., France, 1993, P, 57.

(3) محمد عبد الحميد، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنيت، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2007،ص.24.

(4) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق،ص.114.

(5) حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص.145.

(6) حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، الطبعة الخامسة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص.161.

سيكون لها أثرها الكبير لأنها ستغطي كافة أنحاء العالم و ستحقق للمستمعين في العالم فرصة تستفيد منها الدول الفقيرة خاصة.[1]

و يتيح استخدام البث الرقمي في الإذاعة المزايا التالية:[2]

-تحسين ظروف استقبال المواد و الخدمات الإذاعية شديدة الجودة في كل مكان.

-إتاحة خدمات إذاعية كثيرة، تتيح للجمهور اختيار ما يناسبه من بدائل عديدة.

-الوصول إلى مناطق جغرافية شاسعة في التغطية الإذاعية مثل المناطق الريفية و النائية المحرومة من الخدمات الإذاعية الأرضية، حيث تم التغلب على العوائق الطوبوغرافية.

-التجديد و الابتكار في إتاحة خدمات إذاعية جديدة، و توظيف تكنولوجيا الاتصال لخدمة متطلبات الجماهير.

فرغم المزايا المتعددة الناتجة عن استخدام تكنولوجيا البث الرقمي في الإرسال إذاعي، إلا أن هناك عدة تحديات تقلل من الانتشار السريع لهذه التقنية، و لعل أهمها مرتبط بارتفاع تكلفة أجهزة الإرسال الإذاعي التي تعمل بالنظام الرقمي (البنية التحتية للإذاعة الرقمية)، إضافة إلى ارتفاع كلفة أجهزة الاستقبال الإذاعي اللازمة التي لا تتقبل تقنية البث الرقمي، و لاسيما في الدول النامية.[3]

-راديو الانترنيت : هو عبارة عن برامج صوتية يتم بثها عبر توصيلات الانترنيت، وهو نظام لا يشبه طريق البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشعاعات الكهرومغناطسية أو ما يسمى موجات الراديو، بل خدمة إذاعة تبث عن طريق الشبكة، و يمكن لأي مشترك في الانترنيت القيام بها كما يمكن الاستماع إلى محطة موجودة على الانترنيت.[4] و قد أصبح اليوم راديو الانترنيت أحد العناصر الأساسية المكونة لما أصبح يعرف بالإعلام الجديد و ذلك مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، و شكل مساحات و فضاءات جديدة للتعبير عن الرأي و الاهتمام بمواضيع اجتماعية و اقتصادية و ثقافية و سياسية متنوعة في صفوف فئات المجتمع المختلفة.[5]

إن هذا الواقع التكنولوجي الجديد، يكشف عن قدرة الإذاعة كوسيلة إعلامية على التكيف مع التقنيات الجديدة للبث الإذاعي، و هو يسمح لها أن تكون متواجدة بقوة و بنوعية استماع أفضل من تلك التي كانت توفرها بواسطة البث الأرضي على الموجات الهرتزية و الموجات الترددية، و لا توفر شبكة الانترنيت للإذاعة فرصة الوصول إلى المستمع و تحدي العامل المكاني الجغرافي فحسب بل إنما تقدم للإذاعة فرصة أن تكون أكثر تفاعلية مع جمهورها مما كانت عليه من قبل.**[6]**

---

[1] مجد هاشم الهاشمي،الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2006،ص.112

[2]حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص. 122

[3] نفس المرجع،ص.123

[4] عباس مصطفى صادق، راديو الانترنيت:آفاق واسعة بلا حدود: التطبيقات الصوتية و الإذاعية الجديدة طبق واسع من المستحدثات"، مجلة إذاعة و تلفزيون الخليج، السنة (26)، العدد(83)، الكويت، نوفمبر 2010، ص، 35

[5] أنس الوجود رمضان، سهير المهتدي، إذاعات الانترنيت تؤسس لعلاقات اجتماعية رقمية بديلة عن التواصل الإنساني، مجلة إذاعة و تلفزيون الخليج، السنة (25)، العدد(78)، الكويت، 2009، ص،33.

[6] عبد الوهاب بوخنوفة، إذاعات الانترنيت تنافس الفضائيات على الفوز بأذن المستمع، مجلة إذاعة و تلفزيون الخليج، السنة(25)، العدد (78)، الكويت، 2009، ص،44.

و من بين مظاهر التفاعلية التقليدية في الإذاعة مايلي:(1)

-التفاعل الاجتماعي: و من بين مظاهر التفاعل الاجتماعي في الإذاعة تلك الوضعيات التي يتم فيها الاتصال المباشر و غير المباشر بين المهنيين في الإذاعة و الجمهور المستمع.

-التفاعل الاجتماعي التماثلي: و يشير إلى شعور أفراد الجمهور بعلاقة تربطهم بشخصية من الشخصيات في الإذاعة و عليه يبقون أوفياء للمحطة، و هو مفهوم أساسي يقترب من الاستخدامات و الاشباعات، و تشير الأبحاث إلى أن جمهور الإذاعة له علاقة اجتماعية تماثلية أعلى من مشاهدي التلفزيون، فالناس الذين يستمعون إلى الإذاعة لهم علاقة أكثر مع المنشط لأنه يسمح لهم بأن يكونوا جزءا من البرنامج.

-الرسائل المكتوبة:إن الرسائل المكتوبة تدخل في إطارما يسمى برجع الصدى، إلا أن الكثير من الباحثين اثبتوا بأن رسائل المستمعين لا توظف كثيرا كمدخلات في اتخاذ قرار البرمجة بطريقة ذات دلالة.

-التفاعل عن طريق الهاتف: يعد الهاتف أحد مظاهر التفاعل، إذ كان الهاتف و مازال الوسيلة الأكثر استعمالا و الأسهل، فهو يعتبر أعلى درجة تفاعلية لأنه يستعمل وفق الأسلوب الحواري الفعال، و يقابلها مظاهر تفاعلية أخرى تتجسد في إذاعة الانترنيت تمثلت في:(2)

-البريد الالكتروني: و هو إحدى أدوات زيادة التفاعلية، و الذي يمكن أن يوظف كقناة سريعة و مباشرة بين الصحفيين و المنتجين في المحطة الإذاعية و يمكن أن يبدي المستمعون أراء حول البرامج الإذاعية أو يساهموا في نقاش حول قضية مطروحة.

-منتديات النقاش: تنشئ العديد من المحطات الإذاعية منتديات للنقاش على الخط، حيث يستطيع المستمعون أن يناقشوا مضامين البرامج و مواضيع الأخبار و تكون منتديات النقاش تفاعلية أكثر عندما يتدخل المهنيون في النقاش، فهذا يشجع مستمعين آخرين للالتحاق.

-المدونات الشخصية: ظهرت في الوقت الذي تقلص فيه جمهور و وسائل الإعلام الإخبارية، يحررها الناس بدافع تقدم حياتهم اليومية وتجربتهم الذاتية.

-المدونات الشخصية السمعية: لا تنحصر في تقاسم الكلمات و النصوص، و إنما تتقاسم ملفات سمعية، و قد تم تحت هذا المصطلح رصف شكل جديد من المحطات الإذاعية، و هي مصدر يبنى على الشبكة تحت الطلب.

إن مظاهر التفاعلية في الإذاعة التقليدية و إذاعة الانترنيت تعطي لنا صورة عن التقدم الهائل الذي حصل في ميدان الإذاعة المسموعة و أهم ما يستشف هو أن المستمعين لم يعودوا نظريا يتلقون البرامج بصفة سلبية و إنما أصبح بإمكانهم إن يكونوا فاعلين في تصميم شبكات برامجهم و أصبحوا متورطين أكثر فأكثر.(3)

(1) خالد زعوم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها و وسائلها، بحوث و دراسات إذاعية، عدد(61)،تونس،2007،ص،ص،46،48.
(2) نفس المرجع،ص،ص،49،52.
(3)نفس المرجع ،ص،52.

خلاصة

باعتبار الإذاعة المسموعة مؤسسة إعلامية ، فهي تتطلب عدة طرق ووسائل و عناصر لنقل المعلومات و الأفكار ، ولكي يتحقق ذلك وجب على القائمين عليها التخطيط المحكم لها و هذا ما يسمى بالتخطيط الإعلامي الذي يتيح في آخر المطاف أكبر قدر من المشاركة لجميع شرائح المجتمع ، حتى أن هناك من يعتبر أن حالة التخلف التي تعيشها دول العالم الثالث مرهونة بإنهاء حالة التخلف في مجال الاتصال و لا يتأتى ذلك إلا بتوافر عدة عوامل تأتي في مقدمتها توفر المعلومة التي أصبحت تمثل احد أقوى المؤشرات حول نوعية الديمقراطية السائدة في أي بلد ، وضع سياسة إعلامية واضحة ، تحديد الأولويات ، التنسيق ، المرونة ، التكامل ، المتابعة و المشاركة ، إلا أن هناك عوامل تعيق عملية التخطيط خاصة في دول العالم الثالث منها ما يتعلق بالتكنولوجيا و استخدامها في مجال الاتصال و منها ما يتعلق بضعف التمويل و التنسيق بين الأجهزة المسؤولة عن التخطيط و الأخطر من ذلك جهل المخططون بالاحتياجات الحقيقية للمجتمع ما يؤدي في الكثير من الأحيان إلى انفجارات اجتماعية عنيفة نتيجة هذا التجاهل المتراكم و عدم رسم استراتيجيات تخطيطية في الاتجاه الصحيح الذي يتحرك فيه المجتمع.

إن الإنتاج الإذاعي مثله مثل أي فن عبارة عن شكل و مضمون يعتمد على اللغة الإذاعية المتخصصة التي لها ضوابطها التي تحكمها من خلال قوالب إذاعية يصب فيها الإذاعي مضمونه أو هدفه ، بالإضافة إلى تدخل العناصر الهندسية هي التي تقوم بالجانب التقني في الإنتاج الإذاعي وهي على غاية كبيرة من الأهمية في عملية الإنتاج الإذاعي وكذلك تؤثر في التطورات الحاصلة في مجال الإذاعة نفسها.

الفصـــل الخـــامس

الإذاعـــة الوطنيـــة الجزائريـــة

1 – السياق السياسي و التاريخي للإعلام في الجزائر.

2 – سيرورة الإذاعـــة الجزائريـــة.

3- التشريعـــــات.

تمهيد

يقودنا هذا الفصل إلى الحديث عن السياق السياسي و التاريخي لتطور الإعلام و الاتصال بصفة عامة في الجزائر ، لان التعرف على هذا الأخير يعد ضروري جدا في مثل هذه الدراسات على اعتبار أنه يعطينا أهم الملامح و المؤشرات التي تطور وفقها هذا القطاع الحساس ، بالإضافة إلى أهم الفاعلين الذين شاركوا من قريب أو بعيد في وضع تصور لهذا القطاع و أدواته ، ما قادنا إلى تسليط الضوء في مرحلة أولى على أهم مراحل تشكل الدولة الجزائرية ابتداء من أول رئيس لها بعد الاستقلال مباشرة – أحمد بن بلة– تصفحنا فيها نظرته إلى هذا القطاع ، ثم مرحلة الرئيس "هواري بومدين" الذي سار في نفس خط سابقه مع بعض التغييرات في تركيز السلطة في يد الحزب الواحد ، لتأتي فترة الرئيس "الشاذلي بن جديد" و التي تميزت في آخر مراحلها بالتحول الديمقراطي و الإعلامي المفروض من طرف المجتمع و النخبة المدنية لتدخل الجزائر بذلك عهد جديد في مجال الإعلام و الاتصال و حرية التعبير و الكلمة .

إن لمثل هذه التجربة أثرها البالغ على الإذاعة الجزائرية التي عرفت سيرورة تاريخية طويلة تمتد من الفترات الأولى للعهد الاستعماري الذي أوجدها لتحقيق أهدافه العسكرية و الإستراتجية ، و بالفعل فقد رفضت هذه التقنية جملة و تفصيلا بادئ الأمر من قبل المجتمع الجزائري في سنوات العشرينيات و تأقلم معها نسبيا حتى سنة 1943 أين بدأت تبث بالغة العربية ، ثم دخلت الإذاعة الجزائرية معترك حرب التحرير ضد الاستعمار الغاشم و بالفعل فقد كانت الحاجة ملحة لتأسيس إعلام ثوري يواجه الإعلام الفرنسي ، و التي كان الراديو فيها الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تمكن الجزائري من الاطلاع على وقائع الثورة ، فكان الميلاد الحقيقي للإذاعة الجزائرية سنة 1956 انطلاقا من المغرب و قد ساعدها في ذلك الكثير من الدول الشقيقة و الصديقة على غرار مصر و سوريا و تونس و ليبيا و غيرهم من الدول ،اما في مرحلة ما بعد الإستقلال تم تأميم الاذاعة و التلفزيون الجزائري لتبدأ مرحلة أخرى و هي مرحلة تنمية هذا القطاع و إعطائه دوره الحقيقي في المجتمع ، وبالفعل فقد تعددت القنوات و البرامج الإذاعية و لكنها لم تنفتح كلية على المجتمع .

لقد خضعت مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الجزائري إلى عدة قوانين و مراسيم سيرتها على حسب فترات تاريخية متباينة ابتداء من أول مرسوم الصادر في أوت 1963 المتعلق بتأسيس و تنظيم الإذاعة و التلفزة الجزائرية إلى غاية آخر مرسوم تنفيذي رقم 91–102 و الذي تم بموجبه تحويل المؤسسة الوطنية الإذاعية المسموعة إلى مؤسسة عمومية للإذاعة المسموعة.

1-السياق السياسي و التاريخي للاعلام في الجزائر:

1-1 -عملية التأميم:

إن محاولة الغور في المعاني السوسيو- تاريخية باعتبارها تاريخ التحولات والتغيرات تعد أحد أهم المؤشرات التي تعين على فهم حقل الإعلام والاتصال في الجزائر سواء في ظل الحزب الواحد أو عند اصطدامه واحتكاكه بالواقع الراهن. في هذا الإطار، إن التتبع التاريخي بالعودة إلى التاريخ والظروف السياسية المحيطة بالإعلام مع محاولة تحليلها يعد خطوة أساسية تساعد على ، إعادة رسم مختلف المراحل التي أسست للعلاقة بين الإعلام والسلطة و التي شكلت ثنائية صعبة التكسير، حيث أصبحت وسائل الاتصال في الكثير من الأحيان حلقة الوصل بين القيادة السياسية والجماهير، وبذلك أصبحت أداة اتصال سياسي فعالة وقوية. بمعنى أن التأثير المفترض كان من جانب واحد فقط إلى وقت بعيد. إذ إن الخطاب الذي كان سائدا هو خطاب الحزب الواحد الذي كان يفرض توجهات عند القيام بأي بحث أو استطلاع حول الواقع.(1) إن جميع وسائل الإعلام – بما فيها الإذاعة المسموعة- كانت تنموا و تتطور بالتوازي مع تطور وانتشار سرعة أيديولوجية السلطة السياسية رغم أن هناك خصوصيات لكل نظام حاكم فيما يخص كيفية تصور وظيفة الجهاز الإعلامي.(2) هذا التصور انعكس على وظيفة قطاع الإعلام بالتذبذب على مستوى الأداء في مرحلة ما بعد الاستقلال و بالسلب مع بداية الثمانينات فزاده تدهورا . إلا أنه حدث تحول في منتصف فترة الثمانينات راجع إلى الوضعية غير المتوازنة التي يعيشها النظام السياسي و التي كانت نتيجة للصراعات والانشقاقات داخل حزب جبهة التحرير الوطني.(3) بالإضافة إلى أنه في هذه المرحلة ــ الثمانينات ــ بدأت المعارضة تجهر بالانتقاد للسلطة وحدث نوع من الانفتاح الاقتصادي نتيجة انخفاض سعر برميل البترول خاصة. ففتحت صمامات الأمان وكانت تغلق بالتوازي مع الأوضاع والدليل على ذلك أنه تم تدعيم الإعلام العمومي المكتوب سنة 1985 بجريدتي المساء باللغة العربية و(Horizon) باللغة الفرنسية، بالإضافة إلى جرائد متخصصة.(4) إن هذه الوضعية تؤكد العلاقة الوثيقة بين الإعلام والسياسة وما للإعلام من دور في حفظ وتوازن المجتمع. ومن هنا نستطيع أن نربط مسألة الإعلام كسلطة رابعة بمسألة سوسيو ــ تاريخية تتمثل في البحث عن العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية ، وما هو دوره(5) قبل الانهيار الأيديولوجي بسنوات؟ وبالضبط في سنة 1988 أين سقط نظام الحزب الواحد في الجزائر .

(1)Rachid Belil, " La domestication du savoir sur la société :" remarque sur la sociologie en Algérie" ,Annuaire de l'Afrique du Nord, Paris, 1985, p. 518.

(2)Rachid Naili, Le 4eme pouvoir ? , éd. L'alla sakina, 1998, p.210.

(3) أنظر مقال :

- Mohamed Harbi, "Sur les processus de réglementation du pouvoir en Algérie", Annuaire de l'Afrique du Nord, Paris, 1989, pp. 131-140.

(4)Rachid naili, op. Cit. P164.

(5) Rachid naili, op. Cit. P172.

إن يوم 05 أكتوبر 1988[1] وضع أمام العيان عدم فاعلية البناء السياسي والإيديولوجي الذي ساد البلاد منذ سنة 1962، كما لا يخفى كذلك أن أحداث أكتوبر جاءت نتيجة الأوضاع الاقتصادية المزرية التي عاشها المجتمع كالفقر، البطالة و تدني مستوى المعيشة وغلائها.

لكن هذا لا يعني أن الإعلام التابع لقطاع الدولة قبل التعددية الإعلامية لم يقم بوظائف وجوانب إيجابية فهناك وظائف اندماجية غير معلنة كتعميم قيم معينة من بينها إحياء التراث المحلي وكذلك بلورة جزء من المعطيات الاجتماعية واللغوية للمجتمع. فهيكلة الحقل الإعلامي في الجزائر يوصف بأنه مصدر رقابة اجتماعية من جهة وفي الوقت نفسه يندمج مع الحقل السلطوي.

في هذا الصدد يرى الباحثون أنه من المجدي التطرق للظروف السياسية المحيطة عند التعرض إلى الدراسات الإعلامية ، وكونها عملية صعبة للإحاطة بها، فإننا سنقتصر على الظروف المحيطة بحقل الإعلام والاتصال ومدى تأثيرها على الإذاعة المسموعة.

إن أي وسط يراد دراسته، له تاريخ اجتماعي و سياسي و اقتصادي وثقافي.[2] انطلاقا من هذا التوجيه سنحاول القيام بتحليل ووصف بعض الجوانب المؤثرة في حقل الإعلام في الجزائر و خاصة الجانب السياسي منها على اعتبار أنه يمثل المؤثر الفعال على حقول عدة خاصة إذا تعلق الأمر بحقل حيوي و حساس كالإعلام و الاتصال، أما الجوانب الأخرى **(الاقتصادية والثقافية)** فيمكن التطرق إليها كلما دعت الضرورة إلى ذلك .

لهذا اخترنا معلما تاريخيا نقطة بدايته سنة 1962، أي أننا سنتعرض إلى الظروف السياسية التي كانت سائدة ابتداء من هذا التاريخ و التي من شأنها أن تعيننا على فهم بعض الحلقات الغامضة في الحقل الإعلامي، وسنتتبع حركية هذا الحقل عن طريق تصريحات مسؤولين ساهموا في إعطاء تصور لمفهوم الإعلام والاتصال في الجزائر. هذا يقودنا إلى التعرض إلى الفاعلين الاجتماعيين المسؤولين على تسيير هذا الحقل.

---

[1] أنظر مقال :

- Arum Kapil, " l'évolution du régime autoritaire en Algérie : le 05 octobre et les formes politiques de 1988 – 1989." Annuaire de l'Afrique du Nord, Paris, 1990, pp. 499 – 534.

[2] Stephane Beaud, Florence Weber, Guide de l'enquête de terrain, éd. La découverte, France, 1998, p.185.

فبعد استرجاع الجزائر سيادتها من ربقة الاستعمار الفرنسي وبالضبط في 28 أكتوبر 1962 احتلت القوات الجزائرية مبني الإذاعة و التلفزيون ، هذا الوضع فرض عليها أن تنهض بزمام أمور المؤسسة السـمعية البصرية وتعمل على بناء قاعدة للسياسة الإعلامية الجديدة وذلك بإنشاء تنظـيم دقيـق و تكـوين جيـد لإطاراتها التقنية و الفنية التي يمكن الاعتماد عليها في التسيير الحسن للبث الإذاعي و التلفزيوني.[1] ، و في 17 سبتمبر 1963، أعلن المكتب السياسي لحزب جبهة التحريـر الوطني بـدأ عملية التأميم لثلاثة جرائـد هـي :

- لديباش دالجي (La depêche d'Alger)
- ليكو دورون (L'echo d'Oran)
- لديباش ديكسطنتين (La depêche de Constantine)

وباستثناء "ألجي ريبلكان" التي كانت تابعة للقطاع الخاص، عوضت الجريدتين (2) و(3) بصحف أخرى تحمل أسماء مغايرة (El-Djemhouria , EnNASR). بالإضافة إلى وجود عناوين ليوميات فرنسية بقيـت تصدر بالجزائر بعد الاستقلال كتطبيق لما نصت عليه اتفاقيات "إيفيان" رغم تغيير رسـالتها الإعلاميـة الاستعمارية برسالة تعترف باستقلال الجزائر.

وقبل الغوص في حيثيات هذه الفترة يجب علينا التطرق إلى مفهوم "التأميم " وما الغرض منـه؟ ولمـاذا استعمل كمبرر قانوني. إن تأميم وسائل الإعلام يدفعنا إلى طرح عدة أسئلة يجب توضيحها. أليس تأميم وسائل الإعلام كان بغرض احتكارها وجعلها بيد السلطة آنذاك؟ أو على الأقل ألا يعد التأميم خطوة أولى لجعل وسائل الاتصال والإعلام في قبضة السلطة؟

رغم أن السلطة قدمت مبررات لذلك حيث أقرت مثلا وفي العديد من المناسبات "بأن الصحافة تذكر بالعهد الاستعماري وإن وجودها لا يتلاءم مع السيادة الوطنية برغم موقفها المعتدل وخاصة مع وجود صـحافة وطنية ناشئة لا تقوى على المنافسة".[2] و انه يجب أن يستخدم الإعلام لمحاربة الايديولوجيات الرجعيـة بدون هوادة ، ويجب أن يملأ الوجه السياسي الجزائري شعارات تخلد الثورة.[3] إلا أن الأمور بعد ذلـك أخذت منحى آخر، وحتى نضع تصورا واضحا وجب ملاحظة ذلك على مختلف فترات الحكم بدءا مـن الرئيس "بن بلة" إلى الرئيس الراحل "هواري بومدين"، وحتى الرئيس "الشاذلي بن جديد".

2-1- مرحلة الرئيس "أحمد بن بلة":

حيث نجد أن براهيم براهيمي في أطروحته.[4] ، يضع معادلة نجملها كالآتي:

---

(1) عبد الحميد حيفري ، التلفزيون الجزائري : واقع و آفاق ، المؤسسة الوطنية للكتاب ،الجزائر ، 1985،ص. 39

(2) عزي عبد الرحمن وآخرون، عالم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 1992، ص.129

(3) محفوظ حيفري ، مرجع سابق ،ص.31

(4) Brahimi Brahim, Le pouvoir et la presse en Algérie : Doctrine de l'information et idéologie politique, thèse de doctorat en SC. de l'information, Paris II, 1987, p.241.

أدى أدت أدى

التأميم ⟵ ملكية الدولة ⟵ تركيز وسائل الإعلام ← جتمعة الإعلام

من خلال هذه المعادلة نستنتج أن " جتمعة الإعلام" جاء نتيجة لتأميم وسائل الإعلام الشيء الذي أدى إلى فرض سلطة الدولة على هذه الأخيرة حيث أصبحت بذلك تنتج نمطا معينا من الخطابات أو ما يسمى "بأيديولوجية الدولة"[1].فما المقصود إذن بمفهوم ملكية الدولة لوسائل الإعلام وما الغرض من تركيز وسائل الإعلام في قبضتها ؟

فيما يخص ملكية الدولة لوسائل الإعلام فإن" سيرورة التركيز بين أيدي السلطة لم تبدأ في سبتمبر 1963 ــ بداية التأميم ــ لكن بعد شهرين من تكوين الحكومة المؤقتة، فقد قرر المسؤولون آنذاك منع الحزب الشيوعي الجزائري(PCA) من النشاط وأوقفوا جريدة "الحرية" لسان حال الحزب، وكان هذا الحدث في 28 نوفمبر 1962. كذلك "العامل الجزائري " لسان حال الاتحاد العام للعمال الجزائريين و التي لم تكن تحت مراقبة الحزب،أما بالنسبة لتأخير منع جريدة " ألجي ريببلكان" في ذلك الوقت التي نددت بإيقاف جريدة الحرية عن النشاط ، فإنها كانت لأسباب سياسية بحتة من بينها :

– أن نظام الرئيس " بن بلة " كان عاجزا عن منع نشاط هذه الجريدة التي كانت مستهدفة من طرف المعمر عدة مرات حيث وصلت إلى حد الإيقاف في 13 سبتمبر 1955، أين سجن مديرها في 11 جويلية 1955 لمدة ثلاثة أشهر بعدها عادت إلى الساحة الإعلامية في 17 جويلية 1962 وفي هذا الظرف كان من الصعب على السلطة أن تمنع جريدة دافعت عن القضية الجزائرية برجالها وأقلامها.

– كان نظام الرئيس "بن بلة" عاجزا عن منع نشاط هذه الجريدة، لأنه في الوقت نفسه أعلن تبنيه النهج الاشتراكي مركزا في سياسته على التسيير الذاتي. فقد صرح: في أفريل 1963 "بأنه يرجع الفضل إلى"فيدال كاسترو". في وجود "ألجي ريببلكان"، كذلك لا يجب على هذه الأخيرة أن تتبنى النقد السلبي.

كان "بن بلة" لا يستطيع أن يتخذ إجراءات صارمة ضد طاقم جريدة "ألجي ريببلكان" حتى يحتفظ لنفسه بصورة حسنة أمام الدول الاشتراكية خاصة.[2] بينما نجد الباحثة "سليمة فراق" تقدم ما يلي:" أن المكتب السياسي لحزب جبهة التحرير الوطني أعلن التأميم لأسباب مالية.[3] في حين نجد أن "يوسف عقون" يرى بأن هذا الإجراء يجد مبرراته في أن الصحافة التي كانت موجودة آنذاك ــ ثلاثة جرائد المؤممة ــ

---

[1]أنظر مقال :

-Pierre Bourdieu , " Esprit d' Etat " , actes de recherche en sciences sociales , Paris , N° 96/97 . 1993.

- Addi Lhouari, " l a notion d'autorité politique et l'idéologie étatique, cahiers internationaux de sociologie , Paris . 1993.

[2] Brahimi Brahim, thèse op. , Cit., pp,212، 215.

[3] Salima Ferrag , monographie de presse : l'hebdomadaire Algérie Actualité (1965 – 1982) Mémoire de DEA, 1983, p.11.

لها علاقة بالسلطة الاستعمارية طوال الحرب التحريرية وأنها لم تراجع أفكارها السياسية كلية بعد الاستقلال إضافة إلى أن هذه الصحافة تشكل خطرا على الصحافة الوطنية الناشئة.[1]

انطلاقا من إيراد وجهات نظر السابقة يمكن أن نستنتج أن عملية التأميم و احتكار وسائل الإعلام من طرف الدولة بدأت بعد الاستقلال مباشرة. ما يدفعنا للقول بأن السلطة كانت لها أغراض تتمثل في احتكار حقل الإعلام والاتصال بأكمله.

كذلك نخلص إلى أن المسار الذي سلكه الرئيس "بن بلة" عبر عن بداية احتكار وسائل الإعلام والاتصال في يد السلطة، حيث كان هذا الأخير سنة 1964 رئيسا للدولة وفي الوقت نفسه أمينا عاما للحزب (تركيز السلطات السياسية في يد شخص واحد). إن هذا المنحى عمل على تحقيقه وترسيخه بقوة الرئيس الراحل "هواري بومدين" ابتداءا من سنة 1965 أين أصبحت أجهزة الإعلام تابعة" للدولة – الحزب".

1-3- مرحلة الرئيس الراحل "هواري بومدين" وإعلام "الدولة-الحزب":

تميزت مرحلة احتكار وسائل الإعلام والاتصال في عهد الرئيس الراحل "هواري بومدين" ببقرطة أجهزة الإعلام(fonctionnarisation) وأصبحت تابعة لوزارة الإعلام ، مع العلم أن صوت و رأي الصحفي كان مغيب آنذاك حيث كانت حريته محدودة ومرسومة من طرف المدير، وأن العملية الإعلامية كانت تتم بين السلطة نفسها وبين مديري المؤسسات.[2] ما نستنتجه أن الجمهور كان مغيب عن محور العملية الإعلامية بسبب التركيز الشديد لوسائل الإعلام ومحاولة التحكم فيها كلية. وتعتبر هذه الفترة (1965 ـ 1978) معقدة با لنظر إلى:[3]

-طول فترة حكم "بن بلة" (1962 ـ 1965) التي رسخت ممارسات عمل سلبية في مجال الاعلام.

-التحولات التي شهدتها على المستوى التأسيساتي بدءا بمرحلة استثنائية من سنة 1965 إلى 1967 ، ثم العودة إلى الحالة العادية بانتخاب رئيس للدولة ومجلس وطني وتبنى الميثاق الوطني والدستور سنة 1976.

– تعاقب شخصيات متعددة على رأس وزارة الإعلام.

إن هذا النظام المركز الذي مثله المجلس الثوري كان له بالغ الأثر في حقل الإعلام والاتصال من حيث الاحتكار، كما كان للشخصيات متعددة فيه دور هام. ويشير" زهير إحدادن" إلى أن هذه الفترة تميزت بعدة منجزات إيجابية تمثلت في اتخاذ عدة مراسيم خاصة بمؤسسات الإعلام وذلك سنة 1967 منها:[4]

– إعطاء وضع قانوني للنشاط الصناعي وإنشاء شركات وطنية مختلفة لها طابع تجاري وصناعي.

---

(1) Youcef Aggoune ,EL MOUDJAHID (1965 –1983) Mémoire de DEA, en SC. de l'information, Paris II, 1983, P.40.

(2) Brahimi Brahim, thèse, op. , Cit., , p. 190 .

(3) Ibid. P. 151.

(4) زهير إحدادن ، مدخل لعلوم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1993 ص .115.

– رفع الاحتكار المنوط لوكالة الأنباء.

– سن عدة قوانين سنة 1968 تحدد وضعية العاملين بمؤسسات الإعلام وأهمها نظام الصحف

و سنتطرق إلى هذه المرحلة من خلال التصور الذي كان لدى المسؤولين آنذاك وهذا فيما يخص:

– تصور حرية الإعلام.

– تصور دور الصحفي.

فعلى مستوى الخطاب،ترجع أول إشارة فيما يخص حرية الإعلام إلى أكتوبر 1965 في تصريح لـــوزير الإعلام آنذاك "بشير بومعزة" والذي رفض قطعيا النظام الإعلامي الليبرالي ولم يقبل كلية نظام الإعـــلام للدول الاشتراكيـــــــــة.[1]

فيما يخص نموذج النظام الاشتراكي فإنه لم يرفض نهائيا، لم يتبن بصراحة، حتى على مستوى الخطاب الأيديولوجي فإن بعض المسؤولين إستعملوا مصطلح الاشتراكية الخاصة لكي يفرقـــوا بـــين الاشـــتراكية العلمية التي تعني صراع الطبقات. وفي هذا الصدد الباحثين على ، أن السلطة اختارت نظامـــا لـــيس بالليبرالي و ليس بالاشتراكي دون إعطاء مبررات واضحة ، و الشيء نفسه بالنســـبة للـــرئيس الراحـــل "هواري بومدين" الذي اكتفى بذكر حرية الإعلام في إطار تنديده بلا مسؤولية صحافة الـــدول المختلفـــة عـــن الجزائر [2]ما نستخلصه من هذين التصريحين، أن رئيس الدولة، ووزير الإعلام لم يحددا بالضبط موقع النظام الإعلامي الجزائري بين النظامين السائدين (النموذج الاشتراكي، النموذج الليبرالـــي)إلا أن تصريح الرئيس الراحل "بومدين" جاء فيه ميل صريح إلى تبني نموذج الدول الاشتراكية باستعماله كلمة البلدان المختلفة عن الجزائر وهو في هذا يقصد بها الدول الرأسمالية.

و للتمييز بين الصحفي و الإطار الصحفي نجد أن " قائد أحمد" مسئول الحزب آنذاك، قد صرح في سياق حديثه عن حرية التعبير في نوفمبر 1968، بأن حرية التعبير بالنسبة للإطار الصحفي ضرورية إذا أردنا ضمان عمل جيد ومعتبر وفي السياق نفسه هناك غموض في استعمال المصطلحين،و لماذا اقتصار حـــق التعبير على الإطار الصحفي فقط . إن هذا الاستعمال المقصود يراد به تحديد حرية الصحفي من طـــرف الإطار الصحفي، أي المسؤول الأول على المؤسسة الإعلامية وهو المدير والذي عادة ما يكون شخصية سياسية في الحزب أو الحكومة[3]

من خلال ما ورد في مضمون هذه التصريحات نلاحظ نوعا من الالتباس فيما يتعلق بالنموذج الإعلامـــي المتبع لكن عندما يقتضي الحديث عن حدود الحرية الإعلامية فإن الأمر كان مفصولا. إن غياب تصـــور نظري واضح للنموذج المتبع و كذا غياب تصور كاف لحرية الإعلام ــ ولو على مستوى نظري ــ كان له بالغ الأثر في عرقلة حقل الإعلام في الجزائر.

(1) Brahimi Brahim, thèse, op. , Cit., , p. 149.
(2) Ibid., P. 150.
(3) Ibid, P.151.

وفيما يخص الدور المنوط بوسائل الإعلام عامة بما فيها الإذاعة الوطنية المسموعة ، فقد ظهرت على مستوى الخطاب مصطلحات و مفاهيم جديدة نذكر منها " النقد البناء، الكلمة المعبرة، الاختيار في ضوء الأهداف الثورية، الصحفي ليس أداة " (بومدين)، "السر المهني، الصراحة ووفاء الصحفي وحدودية الأفكار" (مساعديه)، " الدور الاستراتيجي للإعلام، النوعية كمعيار للحكم، النقد السلبي، عقليات معيقة (سلبية)، الإعلام سلاح ذو حدين" (بن يحيا) ، " تربية، تسلية، كفاءة، التكامل كمعيار للحكم، سلاح ذو حدين" (أحمد طالب الإبراهيمي)[1].

انطلاقا من هذه المصطلحات التي وصف بها حقل الإعلام من طرف هؤلاء المسؤولين نجد بأنه ليس لديهم نفس التصور بالنسبة للعملية الإعلامية رغم أن هناك بعض التصورات التي أخذت بعين الاعتبار على أرض الواقع و أخرى لم تجسد نهائيا.

تعد مرحلة تركيز وسائل الإعلام في يد السلطة، معطى أساسيا و هاما لفهم وضعية الحقل الإعلامي في الجزائر ولقد عرفت هذه المرحلة بالذات رقابة سياسية واجتماعية على وسائل الإعلام.ولعل سؤالا يتبادر إلى الذهن، ما هو الفرق بين مرحلة "بن بلة" ومرحلة "بومدين" ؟

جدول (01) يوضح أهم الفروق بين مرحلة "بن بلة" و مرحلة "بومدين"

مرحلة "بن بلة"	مرحلة" بومدين"
- وسائل الإعلام كانت مسيرة من طرف شخصيات سياسية شاركت في الثورة التحريرية. - في هذه الفترة لا وجود لحزب ولا لحكومة تراقب أجهزة الإعلام بطريقة صارمة. بمعنى أنها لم تكن آنذاك تابعة مباشرة للحكومة ولا للحزب (هناك نوع من الحرية). - كان التوجيه الإعلامي متروك لمد راء الأجهزة الإعلامية الذي كان يضم عددا لا بأس به من المثقفين.	- تميزت هذه الفترة بإكال مهمة تسيير المؤسسات الإعلامية إلى موظفين إداريين أكثر منهم رجال إعلام. - شددت وزارة الإعلام منذ 1965 و الحزب رقابتهما على الإعلام. - تعيين مسؤولين بيروقراطيين تابعين للسلطة قاموا بعرقلة حقل الإعلام.

المصدر:بناء شخصي للباحث

[1] Brahimi Brahim, thèse, OP.CIT , P.152

1-4- مرحلة الرئيس الشاذلي بن جديد والمخاض الدمقراطي:

فعقب وفاة الرئيس "هواري بومدين" ظهر الصراع من جديد حول السلطة وانتهى بانتخاب "الشاذلي بن جديد" أمينا عاما للحزب وعين مرشحا وحيدا للانتخابات الرئاسية في جانفي 1979 خلال المؤتمر الاستثنائي الرابع لحزب جبهة التحرير الوطني، ثم انتخابه رئيسا للجمهورية يوم 7 فبراير وأعيد انتخابه في 12 جوان 1984 ثم في 22 ديسمبر 1988. بهذا التنصيب لم تعرف الجزائر تغييرا كبيرا في الميدان السياسي حيث بقيت سياسة الحزب الواحد هي سمة النظام السياسي الجزائري.

فيما يخص حقل الإعلام والاتصال، بقيت وسائل الإعلام محتكرة من طرف الحكومة والحزب ، حيث حاولت السلطة في هذه المرحلة تحريك الحقل الإعلامي انطلاقا من وضعه القانوني، حيث ظهر أول قانون إعلام جزائري سنة 1982، بالإضافة إلى وضع برامج يرمي إلى تحسين وضعية قطاع الإعلام والاتصال، و تدخل هذه الخطوة في محاولة تقييم السياسة المتتبعة من سنة 1962 حتى 1979 في قطاع الإعلام التي استدعت إعادة النظر في قطاعات كثيرة.(1) وتجدر الإشارة إلى أن هذه الفترة سميت بفترة التقييم فحين انعقد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني سنة 1979 تم لأول مرة تبني لائحة خاصة بالإعلام شرحت فيها أسباب فشل التجربة الإعلامية.(2)"، عدا هذا الحدث الهام في ظل دولة مسيطرة على كل أجهزة الإعلام ، خاصة إذا علمنا أن المواثيق والدساتير الجزائرية انطلاقا من وثيقة الصومام إلى برنامج طرابلس إلى المواثيق الصادرة في عهد الاستقلال لم تحدد السياسة الإعلامية وبوجه خاص حرية التعبير حيث نجد وسائل التحقيق و الأهداف محددة بدقة ووضوح وأحيانا أخرى نجد إشارات وتلميحات فقط(3). إن السياسة الإعلامية الجزائرية كانت مركزة أكثر في الميدان السمعي البصري و خاصة الراديو و التلفزيون، وكان قطاع الصحافة المكتوبة لا يلقى الدعم و الاهتمام مقارنة مع أجهزة أخرى كالوسائل السمعية البصرية ومن بين المؤشرات على ذلك الميزانية الممنوحة لمختلف أجهزة الإعلام (الجدول رقم 02) ولعل السبب يرجع في ذلك إلى أمرين:

- السبب الأول هو أن استقلال الجزائر كان في فترة عرفت ازدهارا كبيرا للتلفزيون في أوربا و العالم الغربي ،هذا الانتشار اثر على السياسة الجزائرية في هذا الميدان.

---

(1)Brahimi Brahim, Thèse, op. , Cit. ,p. 162.

(2)Youcef Aggoune , mémoire , op., cit., p. 52.

(3) في هذا الصدد نستثني ميثاق 1976 الذي يعتبر أول ميثاق تبني بعد حوار مع الجماهير عبر صفحات الجرائد، والمدهش أن أغلب المواطنين الذي ساعفهم الحظ في الإدلاء بآرائهم حول هذا الميثاق ركزوا على دور الصحافة وحرية الإعلام، الأمر الذي تجاهله هذا الأخير أنظر دراسة :
- Mostfaoui Belkacem , L'usage des médias en question : La presse Algérienne face au débat de mai 1976 sur l'avant projet de la charte nationale , o.p.u , 1982 .

– السبب الثاني يرجع إلى الظروف المحلية و الوطنية التي امتازت بتفشي الأمية من جهــة وبوضـــعية الراديو و التلفزيون كوسائل تسيطر عليها السلطات، هذه الوضعية شجعت الســلطات علــى أن تركــز اهتمامها على تقوية شبكات الراديو و التلفزيون.[1]

جدول (02) يوضح ميزانية المساعدة الممنوحة من طرف الدولة لأجهزة الإعلام (بالآلاف دج)

السنة	الإذاعة و التلفزيون	وكالة الأنباء	صحافة مكتوبة	المجموع
1962	–	–	–	–
1963	1000	538	–	1538
1964	8855	3761	–	12616
1965	2212	940	–	3152
1966	(%68.97) 14000	(% 21.18) 4300	(% 9.85) 2000	20300
1967	(% 71.1) 16000	4300	2000	22300
1968	(% 76.5) 26.000	4500	3500	34000
1969	(% 75.6) 29344	5500	3950	38794
1970	(% 75.6) 29344	5500	3950	38794
1971	(% 78.4) 34350	5500	3950	43800
1972	(% 81.24) 42650	5500	4350	52500
1973	(% 83.54) 50000	5500	4350	59850
1974	(% 84.9) 50000	4500	4330	58830
1975	(% 79) 54000	7000	7350	68350
1976	(% 78.3) 59000	9000	7350	75350
1977	(% 81.2) 75000	10000	7350	92350
1978	(% 69.9) 159000	10500	7350	176850
1979	(% 88.2) 171720	15500	7350	194570
1980	(% 88.6) 184950	16251	7350	208551
1981	(% 89.6) 210000	17000	7350	234350
1982	(% 90.2) 252000	20000	7350	279350
1983	(% 89.3) 264000	24000	7350	295350
1984	(% 89.3) 253440	23270	7056	283766
1985	(% 84.6) 300600	(% 10.5) 37700	(% 4.8) 17000	355300
1986	(% 86.9) 300000	35210	10000	345210

Brahimi Brahim, Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie ،éd. Marinore, 1996, p.46

تحصل القطاع السمعي البصري على مبالغ معتبرة فبلغت أعلى نسبة 90 % سنة 1982 ، وكانت تصريحات المسؤولين تعبر عن النظام الموجه للسياسة الإعلامية، مما أدى إلى الوقوع في بعض التناقضات فيما يخص تحديد دور الصحفي الذي أصبح في وضع غير عادي يتعامل مع خطب مسؤولين ولــيس مع نصوص قانونية مما عقد في مهـــمة أداء الرســالة الإعلامية بل و حتى فهــمها وقــد أدت

[1] زهير إحدادن ، مدخل لعلوم الاتصال ، مرجع سابق، ص .106.

هذه الظروف إلى حالة انسداد مما استدعى ضرورة تقييم وإعادة ضبط الأمور في المؤتمر الرابع، حيث أرسى هذا الأخيرالمبادئ السياسية والإيديولوجية للإعلام، وتم من خلاله تبنى الخطوط العريضة لبرنامج العمل في هذا الميدان. وحسب"يوسف عقون" فإنه استنتج من خلال قراءة هذه الوثيقة بأن التخلف الذي يشهده قطاع الإعلام كان له أثر سلبي وانعكاس على باقي القطاعات وعلى المجتمع بصفة عامة. هنا تبرز بوضوح العلاقة الجدلية الموجودة بين تطور المجتمع بصفة عامة والإعلام بصفة خاصة[(1)]لقد كانت الميزانية التي توزع على وسائل الاتصال تفوق 50 % لصالح الراديو و التلفزيون و ما انفكت هذه النسبة تزداد ففي سنة 1974 ففاقت 70% من مجموع الإعانات ثم خفضت إلى 67% سنة 1975 و 64% سنة 1976 و 65 % سنة 1977 ثم ارتفعت من جديد فبلغت 79 % سنة 1978.[(2)]

وكما سبقت الإشارة إليه تعد هذه الخطوة على مستوى المبدأ مهمة بدليل أنه في سنة 1982، قرر فتح ملف خاص بالإعلام ــ في الدورة الثامنة ــ يؤكد على أهمية الإعلام، وكذلك تبنى المجلس الشعبي الوطني لقانون الإعلام الذي سد فراغا قانونيا كبيرا بما يحمله هذا الأخير من نقائص حيث ينظم النشاط الإعلامي و يحدد ميكانيزمات تدخل السلطات العمومية،هذا التحول على مستوى النصوص القانونية يبرز نوع من الوعي والاهتمام بهذا القطاع، وحتى الدولة آنذاك أصبحت متأكدة بأن المجتمع أصبح في واد وسياستها في واد آخر مما حتم تجديد الرباط ونلمس هذا من خلال ما يلي :

– تبني الحكومة برنامجا استعجاليا من أجل تحديث وسائل الإعلام.

– إعادة هيكلة المؤسسات، وظهور مؤسسات جديدة.

– تبني قانون الإعلام ومختلف اللوائح .[(3)]

كل هذه التحولات التي شهدها قطاع الإعلام لها مدلول، يتمثل في محاولة رفع الحصار على حقل الإعلام والاتصال و الاعتراف بأن هناك مواطنين لهم الحق في المشاركة وتسيير شؤون الدولة.

كذلك نستطيع قراءة هذه المرحلة من خلال المبادئ الثلاثة التي صادق عليها المؤتمر الرابع للحزب وصيغت بعدها سنة 1982 في لائحة خاصة بالإعلام وقانون الإعلام و قد كانت كالآتي :

- وحدوية التوجيه.

- الإعلام قطاع إستراتيجي بسبب تهديد الغزو الثقافي.

- مراقبة الإعلام من خلال التكوين، التعبئة و الحق في الإعلام.[(4)]

هل تحقق هذا على أرض الواقع ؟

فيما يخص المبدأ الأول لم يعد المسئولون يعتقدون بهذا المبدأ كلية عكس ما كان في فترة الرئيس الراحل "هواري بومدين".

[(1)]youcef aggoun , mémoire , op., Cit., pp. 52,53.

[(2)] زهير إحدادن ، مدخل لعلوم الاتصال ، مرجع سابق، ص .107.

[(3)]youcef aggoun , mémoire , op., Cit., pp.53,54.

[(4)] Brahimi brahim , Thèse , op., Cit. , p.163.

أما فيما يخص دور الإعلام والحق في الإعلام للمواطن؛ فقد حدد دستور 1976 في المـــواد (53، 54، 55، 56) أن حرية الرأي والتعبير والتجمع مضمونة للمواطنين في الإطار الذي تحدده القوانين ما لم تتخذ كذريعة للمساس بالثورة الاشتراكية، كذلك فإن الميثاق الوطني لسنة 1976 قد تحدث عن الإعلام، و نص على أن للمواطنين حق في إعلام كامل وموضوعي حول جميع المشاكل الوطنية والدولية وأقر بأن الدولة تضمن هذا الأخير كما يجب أن تتولى قيادة الحزب توجيه ومراقبة الإعلام.(1)

اما بالنسبة لــ " براهيمي براهيم " فنجده يؤكد أنه من الخطأ الاعتقاد بأن المسؤولين قــد اكتشــفوا هــذا الوضع فجأة بل كان نتيجة سببين :

- سيطرة السلطة على الحقل الإعلامي و الثقافي طوال فترة حكم الرئيس الراحل "بومدين"

- المجتمع غير محمي من الكم الهائل من المعلومات -غزو ثقافي- و يمكن إرجاع هذا إلى التقدم التكنولوجي العالمي الهائل في الميدان الاتصالي ابتداء من الثمانينيات خاصة.و انطلاقا من ذلك بدأ الاهتمام بالجمهور والصحافيين باعتبارهم فاعلين اجتماعيين في هذا الحقل.(2)

أما فيما يخص مبدأ الحق في الإعلام و قبل التعرض إلى معوقاته في الجزائر نرى أنه من الضروري طرح بعض القضايا التي تنتمي إلى مجال التنظير، حتى نتمكن من فهم أوسع وأدق و في هذا المجال من الضروري التفرقة بين حرية التعبير التي تعد حقا فرديا غير مقيد و حرية الإعلام التي عادة ما تكون فـــي صيغة ملك وظيفي و تتوقف قيمتها على سيادة بعض القيم في المجتمع. (3)

إن حرية التعبير وحرية الإعلام شيئان مختلفان إلا أنهما متقاربان و مرتبطان. وفي هذا الإطـــار يمكـــن القول بأن الاعتراف بحرية الإعلام لا يتحقق إلا في مجتمع تتوفر فيه شروط مسبقة :

- الشروط التقنية: و المقصود بها النمو الكافي لوسائل الاتصال الجماهيري، وهو مـــرتبط أصـــلا بقضايا تقنية كتجهيز المؤسسات بوسائل حديثة.
- الشروط السياســـة: تتمثل في التحرر الديمقراطي وسيادة الشعب وهي دليل أخلاقي.(4)

تفتقد الجزائر في هذا الإطار إلى العنصرين مجتمعين ، فيما يخص المبدأ السياسي فكان متمـــثلا فـــي تركيز السلطات في يد شخص أو مجموعة، أما من الناحية التقنية فكان قطاع الإعلام يعاني مـــن نقـــص كبير على جميع المستويات هذا إذا استثنينا بصفة نسبية الإعلام المسموع و المرئي، حيث كانت الدولـــة تدعم هذا الأخيرة بوصفه وسيلة فعالة في نشر أفكار السلطة، ويرجع إهمال قطاع الصـــحافة المكتوبـــة فيرجع حسب مزاعم السلطة إلى ارتفاع نسبة الأمية وعدم توفر الإمكانات التقنية المكلفة، بالإضافة إلـــى صعوبة التوزيع .

(1) زهير احدادن ، مرجع سابق ، ص. 132.

(2) Brahimi brahim , thèse , op., Cit. P. 167.

(3) Boris Libois, Ethique de l'information, éd. Université de Bruxelles, coll. Philosophie politique et juridique , 1994, pp. 62-63.

(4) Ibid. p.63.

لقد لعب الجهاز البيروقراطي المكون من مديري المؤسسات ومسؤولي الإعلام دورا كبيرا في تجسيد وإبقاء الأوضاع على حالتها. ولضمان الصراع السياسي عمل الجهاز على تمزيق القطاع الإعلامي بوضع تصنيفات سياسية لكل فئة في أوساط الصحفيين حيث برزت تسميات "المعرب" و"المفرنس"، "الأصولي "واليساري "و"الوطني"، وهي تصنيفات أدت إلى نوع من التنافر في الأوساط الإعلامية ما خدم الصراع السياسي كما تحكم الجهاز البيروقراطي في تسيير المؤسسات ما نتج عنه عدم تمكن القانون من إيجاد طريقه إلى التطبيق ، إذ لم يعد لمواده معملا من التطبيق وحلت محله القرارات الفردية والأوامر الشخصية [1]أما من ناحية القيود القانونية، فبالرغم من إيجابية القانون الأساسي للصحفيين الصادر في سنة 1968، فإنه لم يحدد طبيعة ووظيفة الصحفي المحترف كما أنه يعطى لمدير المؤسسة صلاحيات كثيرة . وتفاديا لوقوع هذه السلبيات جاء قانون 6 فيفري 1982 الذي تناول تحديد الحقوق والواجبات المفروضة، هذه القواعد التي اعتبرها رجال الإعلام من أشد المعوقات لحرية الصحافة".[2]

بقيت الأوضاع على حالها حتى أحداث أكتوبر 1988 التي تعتبر نقطة انعطاف في تاريخ الجزائر السياسي. ونتيجة لهذه الأحداث أخذ النظام السياسي مسارا مختلفا عن المسار القديم خاصة من حيث الشكل ،أي تعدد الأحزاب، انتخابات حرة، لكن على مستوى الممارسة هناك عملية إعادة إنتاج لنماذج قديمة كالتزوير و الحد من الحريات. لقد أصبح النظام يقر بالديمقراطية التعددية ولو شكليا ويعترف بالتعددية السياسية والإعلامية، إلا أن هذه الأخيرة لا يمكن أن تحمل معنى إلا إذا كانت حرية الإعلام صورة لها، بمعنى أن تكون هناك تعددية إعلامية تتضمن تعددية لغوية و قانونية.

5-1 -التجربة الاعلامية و الولادة العسيرة:

إن الحديث عن الإعلام في ظل التعددية يقودنا إلى تسليط الضوء على مرحلتين أساسيتين(1989- 1991) ومرحلة ما بعد 1991.

تميزت المرحلة الأولى بصدور دستور 23 فيفري 1989 الذي سن التعددية السياسية، حيث أصبحت هذه الأخيرة واقعا دستوريا وممارسة سياسية فعلية لأول مرة في الجزائر المستقلة. وظهرت على الساحة السياسية الأحزاب وأعلنت عن نفسها لممارسة حقها في العمل السياسي " فالمادة (40) من هذا الدستور تعتبر ثورة في تاريخ الدساتير الجزائرية فلأول مرة تعترف السلطة بالحق في إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، هذه الأخيرة انعكست على حرية التعبير حيث نجد أن المادة (39) تعلن عن أن حرية التعبير مضمونة بالنسبة للمواطن عكس دستور 1976 الذي يسمح بحرية التعبير والتجمعات، إن لم تمس بالثورة الاشتراكية ... هذا ما جعل الحق في الإعلام يترسخ بكل قوة في قانون الإعلام الجديد لـ 03 أفريل 1990، فالمادة (14) من هذا القانون تضع حدا لهيمنة السلطة على الصحافة المكتوبة ، والمادة (2)

(1) المجاهد الأسبوعية، العدد 1491، ص16
(2) المجاهد الأسبوعية، العدد 1550، ص16

من القانون نفسه عكس المادة (2) من قانون 1982، التي تنص بأن السلطة هي التي تضمن إعلاما كاملا وموضوعيا، وكذلك تؤكد على الحق في المشاركة في الإعلام بتطبيق حرية الأفكار والآراء والتعبير.(1) ومن المكاسب الأكثر أهمية في مجال الإعلام حرية الصحافة، وظهور جرائد خاصة تسيرها مجموعة من الصحفيين، حيث قامت حكومة "مولود حمروش" بدفع مرتبات سنتين مسبقا لتكوين رأس مال يمكنهم من إنشاء جرائد خاصة(2).

كما شهدت مهنة الصحافة في هذه المرحلة "إنشاء العديد من الهياكل الممثلة للصحافيين، كاتحاد الصحافيين والمترجمين (L'UJET) حركة الصحفيين الجزائريين (MJA) ،وجمعية الصحفيين الجزائريين (AJA) ، وكذلك تأسيس المجلس الأعلى للإعلام يوم 21 جوان 1990 وظهور الصحافة الخاصة ابتداء من أكتوبر 1990 التي تعد إحدى المكاسب الهامة للجزائر.(3)

إلا أنه تبقى سنة 1991 سنة مميزة، نظرا للعناوين العديدة من الصحف التي ظهرت آنذاك حيث أرتفع العدد من (49)عنوانا سنة 1988 إلى(74)عنوانا سنة 1991 ، (17) عنوانا منها بالنسبة للجرائد اليومية. وصل السحب لمجمل الجرائد 1437000 نسخة في اليوم.(4) يمكن أن نعتبر هذه الأرقام كمؤشر أولي عن نجاح التجربة الإعلامية في الجزائر، فإنها تدل في الوقت نفسه عن ممارسة حرية التعبير في بلاد طالما احتكرت الدولة فيها حق طبيعي وهو الحق في التعبير.

لكن ما فتئت هذه التجربة أن تستثمر في مجال السمعي فلم تظهر الإذاعات المحلية في الجزائر بمفهومها الحقيقي إلا في سنة 1991 بعدما كان البث المركزي هو الذي يتحكم في بث الجهات، وكانت أول انطلاقة من إذاعة "الساورة" في 20 ابريل 1991 ثم تلتها "متيجة" و إذاعة "الواحات" في 8 و 9 ماي على التوالي من نفس السنة ، و بهذا ازداد و تأكد الاعتراف بالمجتمع المحلي وتمايزه فيما بينه من حيث المعطى اللغوي و الانثروبولوجي. أما فترة 1992 و كانت فترة عسيرة ، لأنها شملت مرحلة الطوارئ والأزمة السياسية التي لازال يعاني من آثارها المجتمع الجزائري، فبعد توقف المسار الانتخابي في جانفي 1992 ، أدى العنف الذي قادته الحركة الدينية و الذي قضى على حوالي ستين (60) صحفيا بتهمة أنهم أتباع السلطة ويخدمون مصلحتها، بالإضافة إلى العراقيل الاقتصادية التي شددت الحصار حول القطاع خاصة في مجال الصحافة المكتوبة ، كما عملت السلطة على تعيين خلية اتصال في جوان 1994 بوزارة الداخلية التي تعتبر المصدر الوحيد الذي يخول له الإعلام الأمني.(5) لقد برر هذه الإجراءات خطاب سياسي يقوم على ملفوظات غامضة وغير محددة مثل عدم نشر المعلومات التي من شأنها أن تمس "أمن الدولة" الداخلي والخارجي، "السر العسكري" و"الاقتصادي الاستراتيجي"، "المصلحة العليا للبلاد".(6)، فهذه الملفوظات واسعة وشاملة ولا يوجد هناك محدد واضح لمعرفة ما إذا كانت المعلومة مثلا تمس بأمن البلاد أو لا تمس !

---

(1) Brahimi Brahim, Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algérie ,éd. Marinore, 1996, pp. 58-61

(2) في هذا الصدد أنظر: جريدة "الوطن" باللغة الفرنسية الصادرة في 20/19 فيفري 2000، العدد: 2795

(3) Brahim Brahimi, op., Cit. , P. 56

(4)جريدة "الوطن" ، العدد: 2795

(5) Brahim Brahimi, op., Cit. , P. 99.

(6)المقارنة أنظر: قانون الإعلام 3 أفريل 1990 لاسيما المواد (35، 36، 37) و قانون الإعلام 1982، المادة (47)

في هذا السياق الخاص استمرت التجربة الإذاعية في الجزائر و نمت معها الإذاعات المحلية وأسس لهـــا مشروع طموح بتعداد إذاعة محلية في كل ولاية من اجل سد حاجيات المجتمع المحلي في شتى المجلات و كذا محاولة معالجة المشكلات و الأزمات الاجتماعية التي تهم المواطن معالجة صحيحة و في وقتها. و لأن الدولة أصبحت على قناعة بأن مواجهة الأزمات أصبح أحد التحديات المرتبطة بكفـــاءة الاتصـــال و ترشيد التعامل معها.[1]

[1] حسن عماد مكاوي ،الإعلام و معالجة الأزمات ،الطبعة الأولى ، الدار المصرية اللبنانية،القاهرة ،2005 ،ص.75

2- سيرورة الإذاعة الجزائرية:

2-1- قبل سنة 1962: ظهرت الإذاعة في الجزائر تقريبا مع ظهورها في فرنسا هذا يعني في أواخر العشرينيات من القرن العشرين.[1] و عرفت الجزائر الراديو بالضبط عام 1925، عندما قام أحد الفرنسيين بإنشاء محطة إرسال على الموجة المتوسطة، لم تتعدى قوتها 100 كيلوواط ثم ارتفعت سنة 1928 إلى 600 كيلوواط. و بمناسبة مرور 100 سنة على احتلال الجزائر افتتحت سنة 1922 أول محطة إرسال حقيقية بقوة 12 كيلوواط على الموجة المتوسطة. و في سنة 1940 أقيمت في مدينة قسنطينة محطتان للإرسال قوة الأولى 600 كيلوواط، وقوة الثانية 250 كيلوواط، و كانت المحطة الأولى تذيع برامجها باللغة الفرنسية، أما الثانية فقد كانت تذيع باللغة العربية، كما أقيم في مدينة وهران محطة إرسال قوتها 600 كيلوواط. وفي سنة 1943 أقيمت محطة ثانية في وهران بقوة 250 كيلوواط، و كان الغرض من هاتين المحطتين تمكين المدينتين و المناطق المحيطة بها من الاستماع إلى البرامج، وقد عملت السلطات الفرنسية بعد ذلك على تطوير البث الإذاعي و تواصل مدة بث الشبكة الإذاعية في الجزائر، ففي سنة 1945 أقيمت محطة إرسال في عنابة، و في نهاية الحرب العالمية الثانية بذلت السلطات الفرنسية جهدا كبيرا من أجل تغطية مساحة الجزائر كلها أو الجزء الأكبر منها بشبكات الراديو.[2] فعلى العموم كانت الإذاعة تغطي الأقاليم الثلاثة الرئيسة: العاصمة، وهران، قسنطينة، و كانت قوة الإرسال ضعيفة لا تتجاوز 500 كيلوواط، و قد عزم الفرنسيون على توسيع شبكة الإرسال و تدعيم قوتها حتى تصل إلى 12000 كيلوواط و تصل من 12000 الى 3000 آلاف كيلومتر، و خططوا أن يجعلوا من الإذاعة وسيلة جديدة لنشر الأفكار الفرنسية(الإستعمارية) بلغة الأهالي، و قد وضعوا لذلك برنامجا يشمل حصصا باللغة العربية و باللغة الفرنسية تكون في شكل محاضرات و لقاءات عن التجارة و الأسعار في الأسواق و البورصة و غير ذلك من الموضوعات التي تهم الجزائريين و الفرنسيين معا.[3] وكانت الإذاعة تابعة للحكومة الفرنسية التي كانت تتقاسم الإشراف عليها مع الحاكم العام للجزائر و الذي أسندت إليه الحصص الموجهة للجزائريين ولم تعرف الإذاعة الجزائرية الرواج إلا بعد سنة 1928.[4]

إن ظهور الإذاعة المسموعة في الوطن العربي في فترات مختلفة و في أوضاع متباينة كانت نتيجة إما مبادرات فردية من قبل بعض المهتمين بهندسة الراديو، أو نتيجة القوى الاستعمارية التي أوجدتها أساسا لتحقيق أهداف عسكرية و إستراتجية.[5] و بالتالي كان الراديو بالجزائر عبارة عن محطة إذاعية فرنسية في الجزائر، تعتبر صدى لمحطة البث الفرنسية الوطنية المقامة في باريس، و تعبر قبل كل شيء عن المجتمع الاستعماري و قيمه، و كان معظم الأوربيين في الجزائر يمتلكون جهاز راديو، فقد كانت أجهزة الراديو قبل 1945 موجودة بنسبة 95 % بين أيدي الأوربيين و الجزائريين المحصورين في عداد

---

(1) زهير احدادن ، الصحافة المكتوبة في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1991 ،ص.141.
(2) خليل صابات،وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها،الطبعة الأولى، مصر، 1990، ص، 461.
(3) أبو القاسم سعد الله، التاريخ الثقافي للجزائر، دار المغرب الإسلامي، بيروت، 1998، ص.300.
(4) نصير بوعلي ، البارابول و الجمهور في الجزائر ، رسالة ماجستير ،معهد الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 1993 ،ص.205.
(5) راسم محمد جمال، الاتصال و الإعلام في الوطن العربي،الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1991، ص.106.

البرجوازية المتطورة، كذلك إن حيازة جهاز الراديو (الآلة) قوبل بالرفض من طرف المجتمع الجزائري. و رفضت جملة هذه التقنية التي تزعزع استقرار المجتمع و تثير الاضطراب بسبب نوعية البرامج التي لا تتناسب مع نظام التدرج في وطن يسوده نوع من التشدد و حتى نوع من الإقطاع، و ذو نواة أخلاقية متعددة في الأسرة الجزائرية.[1]

و كان الراديو في الجزائر يمثل للمعمر جملة من القضايا أهمها:[2]

-يمثل الأساس لحياة المجتمع المستعمر سواء ما تعلق بأفراحه، تقاليده و مدارج رقيه.

-ربط المعمر في القرى و الأرياف بالمدن بالعاصمة الأم و معالم المتمدنين.

-يمكن المعمر من الفرار من ضغط الفاعلية السلبية المجدية و هو يعتبر الوسيلة الوحيدة لاستمرار شعور الإنسان الأوربي بأنه متمدن.

-يذكر الراديو المعمر بواقع السلطة و يعلله بوجود ذاته، فراديو الجزائر يؤسس حق المعمر و يعزز يقينه بالاتصال التاريخي لواقعه.

– يتعهد راديو الجزائر غرس ثقافة رجل الاحتلال الذي يمثل صوت فرنسا في الجزائر و يشكل مركز المعلومات.

-يدع راديو الجزائر المعمر لعدم التمازج مع السكان الأصليين.

-يعتبر راديو الجزائر شبه وسيلة للصمود بالنسبة للأوربيين و وسيلة للضغط الثقافي على المجتمع المستعمر.

-يعد راديو الجزائر يعد بمثابة حلقة وصل تربط بين المزارعين الأوربيين مع العالم المتحضر و أداة فعالة في مقاومة الأثر العارض لمجتمع السكان الأصليين المتأخر الذي لا قيمة له و لا تطلعات لهم.

لقد كان جهاز الراديو يعني للجزائريين إفساح المجال لكلمة رجل الاحتلال و هي تعني –على المستوي الرمزي– السماح للغة الرجل المستعمر بالولوج إلى بيت الجزائريين و هو آخر معقل من معاقل الروح الوطنية، و كان جهاز الراديو في منزل الجزائري سمة التحول إلى التفرنج و الاستعداد لها، فهو الانفتاح على تأثير الرجل المسيطر و على ضغطه، و هو القرار بإعطاء الكلام لرجل الاحتلال. لهذه الأسباب كان الشعب يفسر بها تحفظاته إزاء الراديو و كان المبرر الرئيسي لها هو الاهتمام بالإبقاء على سلامة أشكال الحياة الاجتماعية التقليدية و على نظام التسلسل المراتبي في الأسرة.[3]

والحقيقة أن الإذاعة الجزائرية لم يكن لها رواج كبير إلا بعد سنة 1943 عندما بدأت تبث بالغة العربية فلم تكن من قبل إلا بالغة الفرنسية و لم يكن يسمعها إلا العدد القليل من الفرنسيين اللذين كانت تتجه إليهم و معهم عدد قليل من المسلمين الذين كانوا يفهمون اللغة الفرنسية ، و نظرا لأهمية الإذاعة في التأثير و في نشر المعلومات الخاصة بالنشاط السياسي للحكومة الفرنسية في الجزائر ، فإن السلطات الفرنسية بذلت

---

(1) فرانز فانون، سوسيولوجيا الثورة، ترجمة دوقان قرقوط، الطبعة الأولى ، دار الطليعة، بيروت، 1980، ص. 65.

(2) راسم محمد جمال، مرجع سابق، ص. 202.

(3) فرانز فانون، مرجع سابق،ص،ص. 90 ، 93.

جهدا للاتصال بالجزائريين الذين لا يفهمون اللغة الفرنسية ، وهكذا أنشأت في سنة 1943 قناة باللغة العربية ثم أنشأت قناة أخرى في سنة 1948 بدأت تبث بالغة القبائلية.[1]

2-2- خلال مرحلة الثورة:(1954-1962):انطلقت الثورة المسلحة في نوفمبر 1954 وقت بلغت فيه الدعاية الفرنسية و الإعلام الفرنسي درجته القصوى ضد الوعي الثوري للشعب الجزائري، فأدركت الثورة المسلحة الدور الاستراتجي للإعلام الثوري و الدعاية الجزائرية في الحركة الوطنية، كما أدرك المسؤولون أن نجاح الثورة يتوقف بالدرجة الأولى على الكفاح المسلح، ثم يليه الإعلام الذي يؤدي مهاما سياسية تعمل على تنوير الرأي العام الوطني و تدويل القضية الجزائرية.[2] لهذه الاعتبارات فكر القائمون على الثورة في إيجاد وسائل تمكنها من القيام بعمل إعلامي، دعائي يقوم بتزويد الجزائريين بالأخبار و تطورات الثورة في الداخل و الخارج ،و شرح القضية الجزائرية من كل جوانبها، و ازداد إصرار الثورة في دخول حرب الموجات السمعية خاصة بعد أن أكدت وثائق مؤتمر الصومام على أهمية وسائل الإعلام و الدعاية و دورها في الثورة المسلحة.[3]

لقد أدركت جماهير الشعب بحسها الثوري أهمية و خطورة ما يحدث في البلاد، فجعل كل مواطن يبحث بإلحاح عن مصادر الخبر لمعرفة ما يجري و لو كان عبر وسائل الإعلام الأوربية لاسيما الصحافة القادمة من باريس.[4] رغم أن الجزائريين ينظرون إلى راديو الجزائر على انه المحتل الناطق.[5] فما أن حل مساء أول نوفمبر 1954 حتى كانت إذاعة "صوت العرب" من القاهرة تعلن بقوة عن اندلاع الثورة التحريرية الجزائرية، و تسمع العالم نشيد الأحرار الجزائريين "من جبالنا طلع صوت الأحرار ينادينا إلى الاستقلال".[6] و بالتالي يمكن القول أن اندلاع الثورة كان في حد ذاته عملا إعلاميا ناجحا لأنه ينطلق من الواقع و الوقائع. فبيان أول نوفمبر قد حدد أهداف الثورة التي تعتبر أهدافا إعلامية كذلك، ففي الفترة الممتدة من 1954 إلى سنة 1956 من حياة الثورة الجزائرية، قد كشفت الحاجات الملحة لتأسيس و إنشاء إعلام ثوري.[7] لقد استطاعت الثورة أن تحول منظورة الإنسان الجزائري من منظور سلبي، يرتكز على أن وسائل الإعلام قد أوجدها الاستعمار لبسط هيمنته الفكرية إلى وسائل أصبحت سلاحا فعالا في خدمة الثورة، كما عملت الثورة على جعل المستمع الجزائري يكتشف أن الراديو يمكن أن يكون سلاحا فعالا، و

---

(1) زهير احدادن ، تاريخ الإذاعة و التلفزيون ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1989 ،ص.140.

(2) احمد بن جابو، الدعاية الجزائرية منعطف حاسم في الثورة الجزائرية (1954-1962)، الإعلام و مهامه أثناء الثورة: دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة، (وزارة المجاهدين)، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر، 2005، ص. 91.

(3) مجلة الجيش، إذاعة صوت الجزائر في الثورة عبر الأمواج، عدد 322، الجزائر، ديسمبر 2006، ص.79.

(4) احمد حمدي، الثورة الجزائرية و الإعلام: دراسة في الإعلام الثوري، الطبعة الثانية ، منشورات، المتحف الوطني للمجاهد، الجزائر، 1995، ص. 61.

(5) فرانز فانون، المرجع السابق، ص،93.

(6) حسن بومالي، إستراتجية الثورة الجزائرية في التجنيد و التعبئة الجماهيرية منذ اندلاع الثورة إلى غاية مؤتمر الصومام، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، مرجع سابق، ص،39.

(7) احمد حمدي، مرجع سابق،ص،ص،70، 73 .

بالفعل إن هذا الجهاز أصبح سنة 1955 الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تمكن الجزائري العادي الاطلاع على وقائع الثورة. و كذلك باعتبار الراديو الوسيلة الوحيدة التي يمكن بواسطتها اختراق الحصار الإعلامي المضروب على الجزائر، خصوصا و أن إذاعة "صوت الجزائر" بدأت هذه الأثناء تبث حصصها من الإذاعات الشقيقة و الصديقة للثورة الجزائرية.[1]

و رغم الوضعية اللامتكافئة بين الإعلام الفرنسي و الإعلام الجزائري، الذي كان يتميز في البداية بقلة الإمكانيات و صعوبة التنسيق بين الداخل و الخارج و نقص الخبرة، ولد في نفسية الجزائري مبدأ التحدي و المعاملة بالمثل و ذلك بتسخير الإمكانيات البسيطة التي تتوفر عليها جبهة التحرير الوطني.[2]

في البداية لم تكن الجزائر تملك إذاعة ثابتة خاصة بها لذلك اعتمدت على إذاعات الدول الشقيقة و الصديقة العربية منها على وجه الخصوص، المصرية و التونسية على وجه التحديد.[3]

و يمكن تقسيم هذه الفترة الى مرحلتين:[4]

–المرحلة الأولى: تبدأ من عام 1956 إلى غاية إعلان الحكومة المؤقتة للجمهورية الجزائرية في 19 سبتمبر 1958، فقد أخذت الثورة تدرك الأهمية الكبرى للإذاعة في لم شمل الشعب بعين الاعتبار و ذلك من أجل إسماع الثورة داخل الوطن و خارجه، و نشر الوعي في صفوف الشعب و التبليغ بمختلف الأحداث و المستجدات و اعتمدت فكرة الإعلام المضاد للحملات الإعلامية التي كانت تشنها الإذاعة الفرنسية في الجزائر.[5]

– المرحلة الثانية: تبدأ من تاريخ إعلان الحكومة المؤقتة في عام 1958 إلى غاية استرجاع الاستقلال الوطني في 05 جويلية 1962، حيث توقف صوت الجمهورية الجزائرية من القاهرة و عاد معظم القائمين بها إلى ارض الوطن.

ففي شهر ديسمبر 1956 رأت الإذاعة الجزائرية النورة لأول مرة بالمغرب، و كانت تحتوي على بيانات عسكرية و تعليقات سياسية و حصص ذات طابع تحفيزي مخصصة لإحباط الدعاية الاستعمارية.[6] كانت هذه الإذاعة متنقلة قرب الحدود الجزائرية المغربية قبل أن تستقر في مدينة "الناظور" المغربية، و كانت تذيع برنامجها "هنا الجزائر الحرة المكافحة" أو "صوت جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر" باللغة العربية، القبائلية، الدارجة فالفرنسية.[7] و كانت مدة البث تقدر بحوالي ساعتين يوميا، ساعة باللغة العربية و نصف ساعة بالقبائلية و نصف ساعة بالفرنسية، و كانت تعمل بالموجات القصيرة و جهاز اقتناه المرحوم "رشيد زقار" من القاعدة الأمريكية بالمغرب.[8]

---

(1) احمد حمدي، مؤتمر الصومام و مهام الإعلام الثوري، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، مرجع سابق، ص.86.

(2) دبوب محمد، صحيفة المجاهد و دورها في الإعلام الثوري، الإعلام و مهامه اثناء الثورة، مرجع سابق،ص.137.

(3) صادق دهاش، مقتطفات من الإعلام في الثورة الكبرى، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، مرجع سابق،ص.156.

(4) تركي رابح عمامرة، صوت الجزائر من صوت العرب في القاهرة من عام 1956 إلى 1962،الإعلام و مهامه أثناء الثورة، مرجع سابق ،ص.189.

(5) عواطف عبد الرحمن، الصحافة العربية في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص.59.

(6)عبد الفتاح كوحيل، مرور 50 عاما على إنشاء و هيمنة الإذاعة الجزائرية و جريدة المجاهد،عدد 522، مؤسسة المنشورات العسكرية، الجزائر، جانفي2007،ص47 .

(7) صادق دهاش، مرجع سابق،ص.157.

(8) عبد القادر نور، الإعلام عبر الوسائل السمعية للثورة الجزائرية، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، مرجع سابق، ص.211.

و من بين العاملين بهذه الاذاعة نجد:(1)

-عبد المجيد مزيان.

-عبد السلام بلعيد.

-رشيد النجار.

-مدني حواس.

-محمد بوزيدي.

-الهاشمي التجاني.

-الشيخ رضا بن الشيخ الحسين.

-عيسى مسعودي.

-خالد سافر.

-مصطفى تومي.

-عبد الرحمن لغواطي.

-قدور ريان.

-محمد بوغرارة.

لقد اعتمدت الثورة الجزائرية في إيصال صوتها إلى الشعب الجزائري و بقية شعوب العالم على إذاعات الدول العربية، التي لعبت دورا فعالا في إنجاح الثورة و من بين هذه الاذاعات نذكر:

-**اذاعة القاهرة**: كان لإذاعة "صوت العرب" من العاصمة المصرية القاهرة دورا حاسما و فعالا في معركة التحرير، إضافة إلى القناة الإذاعية الدولية و ذلك ابتداء من سنة 1955 من خلال ثلاثة برامج هي:

*برنامج جزائري يخاطب الفرنسيين و كان يذاع باللغة الفرنسية و كان يقدمه الفقيد "عدة بن قطاط"، يذاع من إذاعة القاهرة الدولية إلى فرنسا و مدته ربع ساعة، يبث كل يوم.

*برنامج يحمل عنوان "صوت جبهة التحرير يخاطبكم من القاهرة": و هو تعليق سياسي يومي يذاع باللغة العربية.

*برنامج بعنوان "صوت الجمهورية الجزائرية" يذاع باللغة الفرنسية(2) ، و كان يشرف عليه السيد"إبراهيم غافة". و قد تولى العمل في هذه الإذاعة الأسماء الآتية:(3)

-عثمان سعدي.

-محمد كسوري.

-علي مفتاحي.

---

(1) عبد القادر نور، نفس المرجع،ص،211،212.

(2) المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة أول نوفمبر 1954 و الإعلام و مهامه أثناء الثورة، ملف خاص، مرجع سابق،ص.377.

(3) عبد القادر نور، نفس المرجع،ص.214.

-التركي رابح عمامرة.
-عبد القادر بن قاسي.
-عبد القادر نور.
-ابراهيم غافة.
-عدة بن قطاط.
-مبروك نافع.
-مبروك بلحسين.

-**صوت الجزائر من تونس:** إكتست هذه الإذاعة أهمية خاصة تكمن في صوت المرحوم "عيسى مسعودي" الذي يعد أبرز الأصوات الإذاعية الجزائرية عبر أمواج الإذاعات الجزائرية في معركة التحرير، إذ استطاع هذا الصوت أن يجند آلاف الشباب الجزائريين في صفوف الثورة، و استطاع أن يؤثر تأثيرا قويا على الجماهير الجزائرية بالرغم من مدة البث التي لا تزيد عن ثلاثين (30) دقيقة و التي كانت غنية بالمعلومات العسكرية و التعاليق السياسية، و من بين الذين تولوا مهمة إعداد و تقديم برامج هذه الإذاعة:

-عيسى مسعودي.
-محمد بوزيدي.
-لمين بشيشي.
-العربي سعدوني.
-سيرج ميشال، للتعاليق السياسية بالفرنسية.[1]

و شهدت سنة 1958 انطلاق صوت الجزائر من إذاعة طرابلس و بنغازي، و الوحيد الذي تولى التحرير و التعاليق السياسية هو "محمد الصالح الصديق" و كان يساعده "حسين يامي"، و كان المسؤول العام "بشير قاضي" ثم انطلق صوت الجزائر من دمشق و قد انشأ هذا الركن المرحوم "محمد الغسيري"، و كان الطلبة الجزائريين الذين يدرسون في الجامعات السورية هم الذين يتولون مهمة الإعداد و التعاليق السياسية، و نذكر منهم:

-محمد مهدي.
-محمد بوعروج.
-الهاشمي قدوري.
-محمد أبو القاسم خمار.
-منور الصم.
-أبو عبد الله غلام الله.

(1) عبد القادر نور، مرجع سابق ،ص.212.

بعدها انطلق صوت الجزائر من الكويت، و قد كان موجها إلى دول الخليج و يعد الفقرات و التعاليق السياسية "عثمان سعدي" و يساعده في ذلك الكويتي "موسى الدجاني"، و أخيرا صوت الجزائر من بغداد، و التي افتتحت في عهد المرحوم "احمد بودية" الذي كان رئيس البعثة الجزائرية بالعراق سنة 1958 و الذي تولى بنفسه افتتاحها و الإذاعة بها إلى أن سلمها للشباب فتولى التحرير و التعليق السياسي بها كل من:

-محمد الربعي.

-حامد رواحية.[1]

بالإضافة إلى صوت الجزائر من الرباط و صوت الجزائر من طنجة.[2] و إذاعة الجزائر من الأردن بقيادة الشاعر و الأديب "عبد الرحمن العقون" و إذاعة الجزائر من المملكة العربية السعودية بقيادة "عبد الرزاق بن يحي زلاقي".[3]

2-3-مرحلة ما بعد 1962:

أنهيت برامج القاهرة في يوم الخميس 23 أوت 1962 على إثر برقية واردة من الجزائر تطلب إيقاف البرامج و الالتحاق بالإذاعة الجزائرية.[4] و قد نصت اتفاقية "ايفيان" الموقعة في 19 مارس 1962، أن اتفاقا سوف يبرم مستقبلا لتحديد الشروط التي بمقتضاها تقوم فرنسا بنقل منشآت الراديو و التلفزيون الفرنسي إلى حيازة الجزائر كلية، وإلى أن يوقع هذا الاتفاق فان الشبكة الجزائرية التي أصبحت تسمى "راديو الجزائر" تستمر تحت الإدارة المؤقتة للراديو و التلفزيون الفرنسي.[5] فرغم استقلال الجزائر إلا أن الإذاعة الوطنية كانت لا تزال خاضعة للديوان الوطني للإذاعة و التلفزة الفرنسية: و جاء موعد 28 أكتوبر 1962، و الذي لم يكن يوما عاديا في حياة الجزائريين، لأنهم استعادوا كل حقوقهم و ممتلكاتهم و سيادتهم[6]. حيث قامت القوات الجزائرية باحتلال مباني الإذاعة و التلفزيون و أعلن المذيع "هنا راديو و تلفزيون الجزائر" مما اعتبره الفرنسيون تدخلا في أعمالهم و عملا من طرف واحد، و قدم العاملون الفرنسيون على إثرها استقالتهم كما قامت فرنسا بعدم إذاعة البرامج التي كانت تقدم من هناك.[7] و قد تم إنزال العلم الفرنسي من أعلى المبنى، ليعوض باسم(ا. ت. ج) (R.T.A) [8]و تبعا لتلك فقد خرج (120) تقني و عون فرنسي من الإذاعة على أساس انه ليس هناك من الجزائريين من هم في المستوى و لا يقدرون على التعامل مع هذه الأجهزة، و بقيي 40 جزائريا، كانوا كمساعدين للمهندسين و التقنيين و لم يكن يسمح لهم بالتكوين و لكن ذاكرتهم كانت تلتقط

---

(1) عبد القادر نور، مرجع سابق ، ص،ص. 214،216

(2) مصطفى عصماني، إعلام الثورة، مجلة الشاشة الصغيرة، عدد(153)، الجزائر ،2002، ،ص.25.

(3) حسين العيادي، نشأة الإذاعة السرية، مجلة أمواج،العدد الأول، الجزائر، ديسمبر 2006، ،ص.45

(4) عبد القادر نور، مرجع سابق،ص.213

(5) ماجي الحلواني، عاطف عدلي العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، مصر، 1987، ص. 203

(6) غنية صديق،28 أكتوبر يوم لا يشبه الأيام، مجلة أمواج، العدد الأول ، مرجع سابق،ص.46.

(7) ماجي الحلواني، عاطف عدلي العبد، مرجع سابق،ص.204

(8) فضيلة دال، الرجل الذي أنزل العلم الفرنسي من على مبنى الإذاعة و التلفزيون، ، مجلة الشاشة الصغيرة، العدد (153)، مرجع سابق، ص.60.

المعلومات و تختزنها.[1] و كان أول مدير عام للمؤسسة هو "عيسى مسعودي".[2]

إن قطاع الإعلام في هذه المرحلة تميز بسيطرة السلطة التي كانت بقيادة الرئيس" احمد بن بلة" (1962-1965) بشكل يكاد يكون مطلقا، و كانت دائما الحجة أن استعادة السيادة الوطنية لابد أن يعقبها حتما تحكما في مجال السياسة الإعلامية، و قد تميزت هذه المرحلة التاريخية الصعبة بوضع حد لوزارة الإعلام و التي استبدلت بمديرية عامة للإعلام، فأصبح الإعلام واقع تحت أوامر الرئيس و توجيهاته مباشرة.[3]

لقد صادف استقلال الجزائر استعمال راديو "ترانزستور" من جهة و إنشاء التلفزيون في العالم الغربي من جهة أخرى، فأصبح الاهتمام بهذه التقنيات من الضرورات الظرفية التي لابد من الاعتناء بها و كان ذلك ما فعلت السلطات الجزائرية، ثم معالجة الواقع الجزائري الموروث و المتميز بوجود نسبة كبيرة من الأمية تقرب 80 % و هذا يعني أن النسبة الكبيرة من السكان لا تحسن القراءة و الكتابة و لا يمكن للسلطات حينئذ الاتصال بها إلا بالوسائل الشفوية و بالدرجة الأولى الإذاعة و التلفزيون.[4]

فانصب الاهتمام أولا بتوسيع شبكة الراديو، الذي كان يسمع إلا بصفة ضعيفة على الموجة المتوسطة في شمال البلاد فقط، حيث أنشأت سنة 1966 محطتان جديدتان للإرسال، الأولى بعين البيضاء (قرب قسنطينة)، و الثانية قرب وهران، و كانت هاتان المحطتان تذيعان على الموجة المتوسطة بقوة 500 كيلوواط، و تم مضاعفة هذه الموجة سنة 1968 فصارت (600) كيلوواط بحيث أصبح الراديو يسمع من جميع مناطق الشمال البلاد بصفة مرضية.[5] فغداة الاستقلال و خصوصا ابتداء من سنة 1966 ، بذلت السلطات الجزائرية جهودا كبيرة لتقوية الإذاعة و التلفزيون و تمركزت هذه الجهود حول ثلاثة ميادين : - زيادة كبيرة في المنحة التي تعطيها الحكومة للإذاعة و التلفزيون - توسيع شبكات الإرسال و تقويتها - توفير أجهزة الإرسال.[6] فأنشأت سنة 1970 محطة على الموجة الطويلة قوتها 1000 كيلوواط، و محطة قوتها من 5 إلى 100 كيلوواط.[7]

- المنحة الحكومية:

تحسنت بعد سنة 1966، و لم تنزل من سنة 1962 إلى 1966 عن مستوى 50 % و وصلت سنة 1978 إلى 79 % من مجموع الإعانة الحكومية للإعلام، و هذه النسبة تعبر عن مبلغ بقدر 159 مليون دينارا مقارنة بمبلغ الإعانة المخصصة للصحافة المكتوبة الذي كان يقدر بـــ (7) ملايين و (250) ألف دينارا جزائريا، و كان هذا الارتفاع مقرونا بإجراء اتخذته الحكومة الجزائرية منذ سنة 1968 وهو إلغاء ضريبة الراديو بحيث حرمت هذه المؤسسة من دخل مالي كبير و قد أعيدت هذه الضريبة سنة 1980 و لكن لا تدفع إلى

[1] عبد القادر رقيق، الإذاعة الوطنية، مجلة الشاشة الصغيرة، العدد (34)، الجزائر، 1997، ص.13.
[2] زهير عبد اللطيف،قصة 21 شارع الشهداء، مجلة أمواج، العدد الأول ، مرجع سابق،،ص.47.
[3] بيار ألبير، أندري جان تودسك، تاريخ الإذاعة و التلفزة ترجمة(محمد قدوش)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984،ص.108 .
[4] إسماعيل معراف قالية، الإعلام حقائق و أبعاد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،1999،ص،ص.42،43.
[5] زهيرا حددان،تاريخ الاذاعة و التلفزيون، مرجع سابق،ص.107.
[6] بيار ألبير، أندري جان تودسك، مرجع سابق،ص.108 .
[7] زهير احددان ، تاريخ الاذاعة و التلفزيون ،مرجع سابق،ص، 107 .

الراديو مباشرة و إنما إلى شركة الكهرباء و الغاز.[1]
إن طبيعة الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام في الجزائر، قد حددت مصادر التمويل لتلك المرافق، و يتم ذلك عادة كل سنة عند مناقشة و إقرار قانون المالية الذي يتحدد بمقتضاه توزيع المخصصات المالية للميزانية على القطاعات المختلفة و منها الإعلام.[2]
- توسيع شبكة الإرسال:
أدت الجهود و مساعي الدولة الجزائرية إلى جعل الراديو يسمع في جميع أنحاء التراب الوطني، و في سنة 1978 كانت نسبة تغطية 98 % في النهار، و 100 % في الليل، فضلا عن سماعه من طرف المهاجرين و خارج البلاد بصفة عامة.[3]
- توفير أجهزة استقبال:
لقد وفرت الحكومة الجزائرية عددا كبيرا من أجهزة الراديو خصوصا نوع الترانزستور، ابتدء من سنة 1962 و ما يزال هذا العدد يرتفع حتى وصل سنة 1976 إلى ثلاثة ملايين، و في سنة 1982 إلى خمسة ملايين، ما يعني جهاز واحد لكل أربعة أشخاص أو جهازين لكل مسكن تسكنه عائلة واحدة.[4] فبعد ما كان يوجد في الجزائر حوالي 1.300.000 جهاز للراديو سنة 1968 و مليونان سنة 1971 و خمسة ملايين سنة 1984. و كان الإنتاج الوطني حينها في القناة الأولى للراديو يبلغ مائة و خمسة عشرة (115)ساعة.[5]
أما فيا يخص الجانب التشريعي في هذه الفترة فيمكن ملاحظة مايلي[6]
- مرسوم 1 أوت 1963 الخاص بتنظيم الإذاعة و التلفزة الجزائرية، والذي يعتبرها مؤسسة عمومية تابعة للدولة لها طابع تجاري و صناعي و أعطيت لها صلاحية الاحتكار في النشر الراديو فوني و المتلفز.
- في سنة 1968 شرعت عدة قوانين تحدد وضعية العاملين في مؤسسات الاتصال أهمها: نظام الصحفيين المحترفين الذين أصبح لهم حقوق و معطيات معينة، حيث كان المسؤولون على وسائل الإعلام هم منتجوا الخطاب الايدولوجي للنظام السياسي و اعتبار الصحفي كمناضل ليتعدى الأمر إلى تحميله مسؤولية الدفاع عن الثورة و الالتزام بخطها.[7]
- لقد أصبحت كل المؤسسات الإعلامية، مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي و تجاري و ألحقت المهام الإدارية بمصالح الوزارة، بمعنى أنها مؤسسات عمومية و ليست خاصة، أي أن لكل مواطن الحق في أن يستعمل وسيلة معينة داخل المؤسسة القائم بها، و قد ذكرت النصوص الخاصة بالراديو و التلفزة أن هذه الرسائل تقوم بمصلحة عامة (Service Public).

---

[1] بيار ألبير، اندريه جان تودسك، مرجع سابق،ص.110.
[2] صالح بن بوزة، الإعلام الجزائري خلال 1978-1992، مجلة الثقافة، عدد115، 1997،ص.80.
[3] زهير احددان، مرجع سابق،ص، 107.
[4] بيار ألبير، اندريه جان تودسك،مرجع سابق،ص.111.
[5] زهير احددان، تاريخ الاذاعة و التلفزيون ، مرجع سابق،ص،ص،108،109.
[6] نفس المرجع،ص.114.
[7] بوجمعة رضوان، الصحفي و المراسل الصحفي في الجزائر: دراسة سوسيو- مهنية،الطبعة الأولى، طكسيج.كوم، الجزائر، 2008، ص.15.

و في عام 1982 أصبح من الممكن اعتبار مؤسسة الإذاعة والتلفزة الجزائرية أنها دخلت فعليا في عالم الاتصال بعد تجهيزها بالأجهزة اللازمة و بمشاركتها في تجارب رائدة مثل نظام تبادل التجارة عبر الأقمار الصناعية.(1) كما بدأت هذه المرحلة بحدث سياسي هام و هو انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني ، وقد عرفت نشاطا كبيرا في توضيح الوضع القانوني للإعلام ، ففي هذه السنة ظهر أول قانون للإعلام ، ووافقت اللجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني على تقرير شامل يحدد السياسة الإعلامية.(2) ولكن من خلال تحليل هذا القانون وجد أنه جاء لتنظيم قطاع المطبوعات و الصحافة المكتوبة و لم يتناول الوسائل السمعية البصرية سوى ضمن إطار عام وواسع ، وكان المشروع يلحق مصطلح السمعي البصري و ظل يستعين في الممارسة ببعض التوجيهات فيما يتعلق بطبيعة المهنة و في الجانب الجزائي لبعض المواد.(3) كما حددت المهام التي يجب أن تقوم بها وسائل الإعلام عموما , وهي إبراز الجهود التي تبذلها الدولة في مجال التنمية و توعية المواطن بأهمية التنمية و ما يترتب عنها من فوائد و تحسين المستوى المعيشي و ذلك بإقناعه بضرورة المشاركة الفعالة في كل الخدمات الوطنية.(4)

وبموجب المرسوم التنفيذي 86-146 نشأت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة ،بعدما انقسمت الإذاعة و التلفزة الجزائرية إلى أربع مؤسسات مستقلة وهي:(5)

- المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة.(ENRS)
- المؤسسة الوطنية للتلفزة.(ENTV)
- مؤسسة البث الإذاعي.(ENTD)
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.(ENPA)

و بهذا تحولت الإذاعة إلى مؤسسة مستقلة التسيير يحكمها القانون الخاص، منبثقا عن الإذاعة و التلفزة الجزائرية،و طبقا للمرسوم 186/56 المتضمن إنشاء "مؤسسة الإذاعة الوطنية".(6) و قد تبنت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة كجهاز رسمي عمومي توجها جامعا و غير متخصص، و انحصرت وظيفتها في الإخبار و التثقيف و التسلية و لم تخل الأخبار من تثقيف و توجيه حتى تحولت الوظيفة التربوية إلى أهم و أبرز مقومات المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة و أصبحت جزءا لا يتجزأ من وجودها، بل إن افتراض تخليها عن هذه الوظيفة يجعل منها غير ذي جدوى اجتماعية، و استيعابا لهذه الالتزامات الوطنية حاولت المؤسسة الوطنية للإذاعة أن تساعد على قيام نظام اجتماعي بوسعه أن يوفر للأفراد فرص تحقيق ذاتهم و أن يقدم للمجتمع أفرادا مندمجين في مكوناته فاعلين في تنظيماته.(7)

---

(1) نادية باديسي ، الحرب كانت إعلامية أيضا،مجلة الشاشة الصغيرة العدد (34) ، مرجع سابق ، ص.14.
(2) عبد الرحمن عزي و آخرون،عالم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1992،ص.140.
(3) راضية قراد،اللغة الإعلامية في التلفزيون الجزائري ، رسالة ماجستير،جامعة منتوري،قسنطينة، 2008،ص.82.
(4) نور الدين بليل ،الإعلام وقضايا الساعة:مقالات ودراسات،ط2،دار البعث،قسنطينة،1984،ص.45.
(5) موقع انترنيت :www.radioalgeri.dz
(6) نفس الموقع.
(7) محمد عبد الكافي، واقع تناول قضايا البيئة و التنمية المستدامة في الإعلام المرئي المسموع في المنطقة العربية، تفعيل هذا الدور و تعزيزه، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية (جامعة الدول العربية) عدد (68)، تونس، 2011، ص.46.

لقد كان هذا التوجه نابع انطلاقا من الاعتقاد الراسخ باستحالة الجمع و التوافق بين غايات الخدمة العمومية و غايات أخرى مثل البحث عن تحقيق الربح.و ظلت الإذاعة الوطنية المسموعة تتوجه إلى الجميع، و تمنح الأفراد المعرفة الضرورية و التحفيز للمشاركة في أنشطة المجتمع كأفراد ملتزمين و مسؤولين، و المساهمة في التربية الشعبية بالمعنى الواسع من خلال عرض برامج تغطي مجالات متعددة، و تحمل مسؤولية خاصة اتجاه لغة و ثقافة المجتمع، و منح الجمهور ترفيها هادفا، بمعنى تقديم الإعلام و السماح للجمهور بالاطلاع على الأحداث السياسية و الثقافية و الاجتماعية المختلفة، و الحصول على الترفيه و التسلية، و لعب دور الوسيط الثقافي و الرابط الاجتماعي بين مختلف فئات المجتمع.[1] خاصة في مواضيع لطالما اعتبرت مشكلة حضارية و ثقافية كالهوية التي اعتبرتها الدراسات الإعلامية المعاصرة أنها أصبحت قضية اجتماعية و سياسية.[2] و الثقافة من حيث هو مفهوم لا ستاتيكي هو وثيق الصلة بمواقع تاريخية من منطلقها تطرح إشكاليات جديدة لاسيما حين تطرأ تحولات جذرية على مستوى الفضاءات التربوية و الثقافية و الترفيهية .[3]

و تمحورت رسالة مؤسسة الإذاعة الوطنية في خدمة البث العام (العمومي) و التزاماته الذي يستند من الناحية النظرية إلى المبادئ الرئيسية التالية: – أن تكون البرامج مصممة لمحطات البث العامة، – تقديم إعلام محايد و دقيق، – إتاحة حرية وصول المعلومة أمام الجميع.[4] كما أن هذا النوع مطالبا بأداء الوظائف و المهام التالية:[5]

– إذاعة أخبار دقيقة و محايدة و متوازنة و موضوعية.

– ضمان التنوع في البرامج و في وجهات النظر المعروضة.

– إذاعة قدر معين من الأخبار، و برامج ثقافية و فنية و تعليمية خاصة بالأقليات.

– الترويج للثقافات و القيم المحلية.

– إنتاج و إذاعة برامج ذات صلة بكل الأقاليم و المناطق في الدولة.

– تخصيص وقت لإعلانات الخدمة العامة (الصحة العامة مثلا). فلا يختلف إثنان في أن مفهوم الخدمة العمومية ظل مرتبطا بوجود الدولة، و لا يمكن أن نتحدث عن إعلام عمومي حقيقي و متوازن، إلا إذا تأسست الدولة على أساس ديمقراطي. فإذا كانت الدولة رهينة في يد سلطة غير شرعية ديمقراطيا فإنها بدورها تصدر إعلاما يخدم الجماعة التي تحكم السلطة و ترهن الدولة، بمعنى أن الدولة تتوقف عند كونها خادما عموميا عندما تتحول إلى أداة للسلطة في يد جماعة أو فئة خاصة تقصي تجارب الفئات الأخرى لتحافظ على مصالحها، و يصبح الفضاء العمومي الذي تتفاعل فيه الإرادة الجماعية و المصلحة المشتركة

---

[1] عبد الوهاب بوخنوفة، مستقبل التلفزيون العمومي، مجلة الإذاعة العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد(1)، تونس، 2011، ص.77.

[2] المنصف وناس، التلفزة و الثقافة و الهوية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (1)، تونس، 2009، ص.30.

[3] عبد القادر بن الشيخ ،الثقافة التلفزيونية بين إثبات الذات و التفتح الحذر، مجلة الإذاعة العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد(1)، مرجع سابق، ص.221.

[4] أندرياس جرندوالد، ديفيد وورد، تجارب الإعلام المرئي و المسموع في أوربا، ترجمة(حازم سالم)،الطبعة الأولى، سلسلة قضايا الإصلاح (14) ، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، 2007، ص. 55.

[5] نفس المرجع ، ص، 55.

رهين مصالح فئوية و من ثمة يتأسس فضاء إعلامي لا يرتكز على إعلام ذو خدمة عمومية و ذو وعي بالتعارض بين المصالح الخاصة و المشتركة.[1] فالانتقال إلى نظام الخدمة العامة يقتضي نضجين:[2]

– نضج المجتمع و وصوله إلى حالة تعددية ديمقراطية حقيقية تسمح له بالإشراف الفعلي على الإعلام المرئي و المسموع.

– نضج الحكومة المنتجة و استيعابها لأهمية دور الإعلام الذي يخدم جميع الفئات في المجتمع و ليس حزب الحكومة و الائتلاف الذي قد تتكون منه.

و يمكن القول في هذا الصدد بان إشكالية الخدمة العمومية في الجزائر لم توضح و تحدد بدقة أهدافها و وظائفها و ظلت مهمشة طيلة ثلاثين (30) سنة من عمر الاستقلال.[3] و بالتالي نلاحظ من الناحية التطبيقية كيف أن مفهوم الخدمة العمومية وفي ظل مصالح و سياسات غامضة أبعدته عن آداء وظيفته الحقيقية كنظام يحفظ التوازنات بكل أبعادها داخل المجتمع.

هذا ما نستشفه من المهام المنوطة بالإذاعة الوطنية كما نصت عليه تشريعات 1986:[4]

– الإعلام عن طريق البث و النقل لكل التحقيقات و الحصص و البرامج الإذاعية المتعلقة بالحياة الوطنية أو الجهوية أو المحلية أو الدولية، و كذلك المتعلقة بقضايا الساعة و مواضيعها.

– تساهم في التربية و التعبئة للجماهير من أجل تجسيد الأهداف الوطنية و الدفاع عن مصالح الوطن و الثورة.

– تساهم في رفع المستوى الثقافي و التكويني و التعريف بالتراث الثقافي.

– تساهم في التعريف بالانجازات الوطنية و كذا المنتوج الوطني و ذلك عن طريق حث المواطن بالانخراط في مسيرة التنمية الوطنية.

– تساهم في الترفيه و التسلية و النشاط الثقافي و الفني و تطوير النشاط الرياضي.

فرغم هذه المهام الموكلة للمؤسسة الوطنية للإذاعة من طرف الدولة، إلا أنها تبقى غير واضحة و غير فعالة. فالوضعية القانونية لا تكفي لتوضيح المهام إذ يجب المساهمة في تحبين المهام و جعلهم أكثر إجرائية و واقعية.[5]

و بموجب مرسوم تنفيذي صادر في 20 أوت 1991 تحولت تسمية الإذاعة من المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي المسموع إلى المؤسسة العمومية للبث الإذاعي المسموع، تحكمها قواعد الحق العام في علاقتها مع الدولة، لها حق الملكية العمومية و كذا الخاصة وفقا للأحكام القانونية و التنظيمية الجاري العامل بها

(1) عز الدين ميهوبي، الصحافة الجزائرية..هل تقدم خدمة عمومية..أم خدمات عامة؟ مداخلة في الملتقى الدولي حول الخدمة العمومية و البث الإذاعي، الجزائر، من 12 الى 14 ديسمبر 2002،ص،ص.3-4

(2) أندرياس جرندوالد، ديفيد وورد، تجارب الإعلام المرئي و المسموع في أوربا، مرجع سابق،ص.30

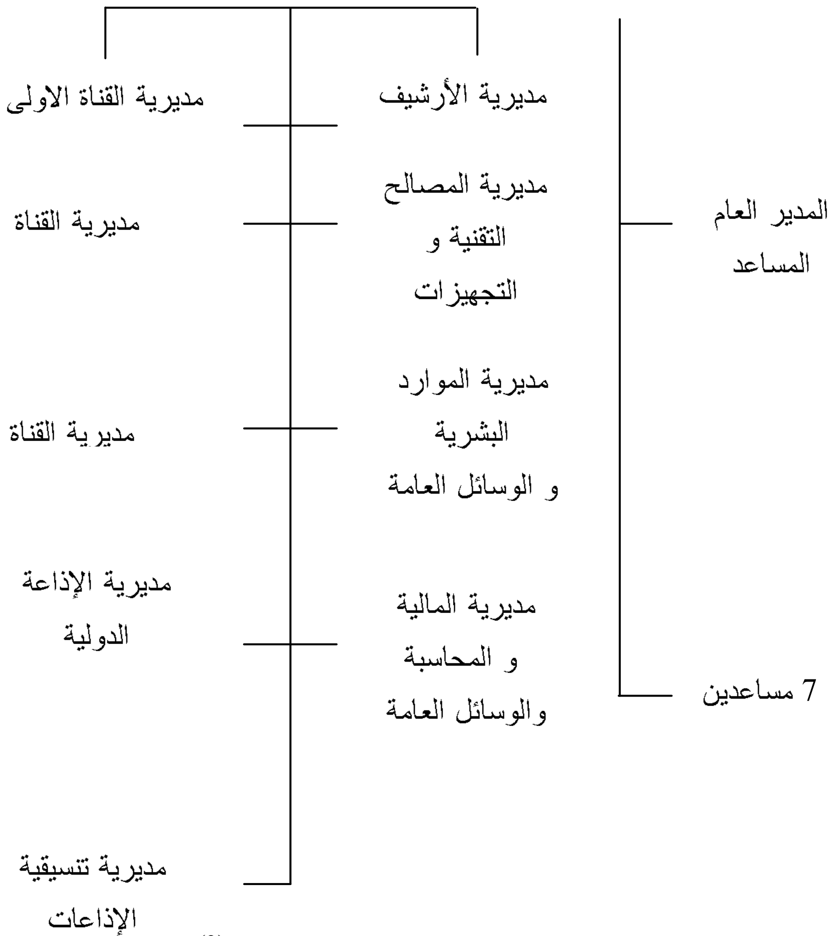
(3) Belkacem Ahcene – Djabalah, Radiodiffusion : Secteur Public –Service Public : Problèmes Et Problématique, Séminaire International Sur Le Service Public Et Les Radiodiffuseurs, Alger Du 12 Au 14/12/2002 ? P.1

(4) Mustapha Khelifi, Algerie Reconstruire Le Service Public De La Télévision, Images Editions, Alger ; 2005, P. 39

(5) Abdelhak Lamiri , Management De Service Public Audiovisuel, Séminaire International Sur Le Service Public Et Radiodiffuseurs, 2002, Alger, P.1

في هذا المجال و تمارس مهمة الخدمة العمومية في مجال البث الإذاعي المسموع طبقا لأحكام دفتر مهام و أعباء.[1]

و تعرف الإذاعة المسموعة الجزائرية التنظيم الداخلي الذي نص عليه القرار الوزاري رقم 60-98 الصادر عن وزارة الاتصال و المؤرخ في 26 افريل 1998، و قد جاء هذا التنظيم الداخلي بمنهجية جديدة في هيكلة المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة (EPRS)، معتمدا على مبدأ التخصص حسب طبيعة العمل، فبعدما كانت القنوات الإذاعية مستقلة عن بعضها البعض في مجال الإنتاج، الأخبار، البث و التسيير و لكل منها مدير على رأس المديرية ينظم شؤونها، أصبحت توجد مديرية واحدة تتكفل بالإنتاج و مديرية واحدة تتكفل بالأخبار و مديرية أخرى للبث، و لهذا أصبح إعداد البرامج الإخبارية تحت وصاية مديرية الأخبار لكن لكل قناة رئيس تحريرها و فريقها الصحفي الخاص، و نفس الشيء بالنسبة للإنتاج الذي يشرف عليه مدير. [2]و تتكون الإذاعة الجزائرية من تسعة (9) مديريات مركزية بإشراف المدير العام، و الشكل المبين في الأسفل يوضح التنظيم الداخلي للإذاعة الجزائرية:



الشكل (11) يوضح التنظيم الداخلي للاذاعة الجزائرية.[3]

---

[1] نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2009، ص،ص. 154,153.
[2] موقع انترنيت:
w.w.w.9alam.com/forums/shoothread.php/23828
[3] نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص.157.

يمكن القول أن التنظيم الداخلي للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة وضع على أساس وظيفي، لأن أنشطة قنواتها الوطنية و الموضوعاتية تتم في نفس مقر الإذاعة الوطنية من إنتاج و بث ، و مراقبة و ضمان التنسيق ما بين القنوات و الوظائف لذلك فالتنظيم بالوظائف يتلاءم مع طبيعة نشاط المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة.[1]

و تتضمن الإذاعة البث الإذاعي بثلاثة قنوات وطنية عامة، قناة دولية، و ثلاث قنوات موضوعاتية هي كالاتي:[2]

القناة الاولى: بدأت تبث برامجها دون انقطاع على مدار(24) ساعة سنة 1975، من حيث التغطية نجدها تسمع في جميع أنحاء التراب الوطني و يصل صوتها عبر مختلف الموجات المتوسطة منها و الطويلة بالاضافة الى التردد الضمني(FM)و كذا عبر الأقمار الصناعية: (Arab Sat, HotBird, NSS7, Nilesat)[3] تتمثل المواعيد الإخبارية الرئيسية في خمسة (05) نشرات يومية بالإضافة إلى نشرة الأخبار الجهوية بالتعاون مع الإذاعات الجهوية و كذا نشرة يومية للشؤون المغاربية، و العربية، كما تشمل حوالي ثمانون (80) برنامجا أسبوعيا في مختلف المحاور: الإخبارية، الاجتماعية، الثقافية، الفنية،الرياضية و التربوية. بالإضافة إلى أن للقناة الأولى العديد من البرامج في إطار التبادل البرامجي مع اتحاد إذاعات الدول العربية، و تساهم بشكل دوري في تنشيط برامج التبادل مع الأقسام العربية في العديد من الإذاعات العالمية.

القناة الثانية: تتميز بكونها قناة وطنية شاملة ناطقة باللهجة الأمازيغية، تقدم برامجها على مدار 24 ساعة، و بخمسة تنوعات لسانية (قبائلية، شنوية، شاوية، مزابية، تارقية) و هي تخصص 27.38 % من حصصها للاخبار، و 25 % للبرامج الثقافية و الدينية، و 11.31 % للبرامج الاجتماعية الثقافية و أخيرا 36.31 % للمنوعات و الألعاب و الترفيه.[4]

القناة الثالثة: هي قناة ناطقة باللغة الفرنسية، تبث برامجها على مدار 24 ساعة، تغطي برامجها شمال البلاد و أهم محطات الجنوب بالإضافة إلى حوض البحر المتوسط.

القناة الدولية: تأسست في 19 مارس 2007، هي قناة إخبارية متواصلة في تاريخ الجزائر من خلال 14 ساعة بث يومي تبدأ من الساعة (9:55) صباحا حتى الساعة (22:55) ليلا، تتكون من 60 صحافيا و تبث برامجها بأربع لغات هي : العربية، الفرنسية، الانجليزية و الاسبانية، كما تحاول بفضل شبكة مراسليها في الخارج أن تقدم موقف الجزائر حول مختلف المسائل الدولية، تتشكل هذه الإذاعة من أربعة أقسام تعمل باللغات الأربعة : العربية تحوز على حصة 70 % من البرامج، و 25 % للغة الفرنسية، و 5 % مقسمة بين اللغتين الانجليزية و الاسبانية.

---

(1) w.w.w.9alam.com/forums/shoothread.php/23828
(2) w ww.radioalgerie.dz
(3) Ibid.
(4) Ibid.

القنوات الموضوعاتية:

اذاعة القران الكريم: انطلق بثها يوم الجمعة 12-07-1991 على الساعة الرابعة صباحا من استوديوهات الإذاعة بشارع الشهداء، و لمدة ستة (6) ساعات يوميا مقسمة إلى ثلاثة فترات من الساعة (4 إلى 6) و (10 إلى 12) و (14 إلى 16) على الموجة المتوسطة (211 متر بذبذبة 1422 كيلو/هرتز) و بطاقم تعداده خمسة (05) صحفيين و بإمكانيات قليلة جدا، بدأ دخول البرامج و الحصص للشبكة في يوم 06-03-1992 و بقيت المدة الزمنية (6) ساعات مع تعديل في عدد الفترات بحيث أصبحت فترتان اثنتان من الساعة (3 إلى 6) مسجلة مسبقا و من الساعة (10 إلى 13) على مباشر، و في 05-12-1992 تقلص البث إلى أربعة (4) ساعات و لفترة واحدة من (5 إلى 9) و في 01-12-1993 طرأ تعديل آخر في فترات البث و بقيت المدة الزمنية (4) ساعات مقسمة إلى فترتين من الساعة (5 إلى 6) مسجلة و من (10 إلى 13) على مباشر، و في 01-07-2000 عاد البث إلى فترة واحدة متواصلة من الساعة (5 إلى 9)، أما في 15-10-2004 أضيفت ساعتان للبث، وفي 01-06-2006 بدأ البث الدولي بواسطة الموجات القصيرة إلى دول الساحل الإفريقي و لكن بصفة جزئية.

و أما في 10-02-2008، أصبح البث وطنيا بواسطة الإذاعات الجهوية و إضافة ساعتين ليلا، و في جوان 2008 بدأ البث الرقمي لتضاف في الأخير ساعتان في 05-07-2008، ليكون البث الإجمالي لإذاعة القران الكريم عشرة (10) ساعات في النهار و ساعتان في الليل.

ترتكز شبكة البرامج على سبعة محاور أساسية تتضمن خمسين (50) عنوانا من البرامج اليومية و الأسبوعية المنطلقة من القرآن الكريم و السنة النبوية بنسبة 7.8 % و المتفرعة إلى دراسات دينية فقهية بنسبة 3 %، اجتماعية بنسبة 7.50 %، تربوية توجيهية بنسبة 17 %، ثقافية بنسبة 6 %، إخبارية بنسبة 7.50 %.

الإذاعة الثقافية كان ميلادها في الفاتح من شهر فيفري من عام ألف و تسعمائة و خمسة و تسعين (01-02-1995)، و هي محطة إذاعية تهتم بتنمية ثقافة مستمعيها و تبث برامجها على مدار(6) ساعات/يوميا.[1]

[1] موقع انترنيت:
w.w.w.radioalgerie.dz

3-التشريعـــــات:

خضعت مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الجزائري (RTA) مباشرة بعد الاستقلال إلى التسيير الاشتراكي متبعة سياسة لامركزية البرامج. حيث نجد أن الميثاق الوطني لسنة 1976 يقر بان "المحتوى الاجتماعي للدولة الاشتراكية قائم على الملكية الجماعية لوسائل الإنتاج التي تمثل قاعدة لتطور النظام الاشتراكي، و خلافا للدولة البرجوازية، الدولة الاشتراكية لا تقتصر على التدخلات المحددة في الحياة الاقتصادية، تاركة للمؤسسات الخاصة أمر تسيير شؤونها على هواها."[(1)]

لقد تم وضع مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الجزائري تحت سلطة وزارة الإعلام، و أول مرسوم إعلامي إذاعي صدر في أوت 1963 و هو متعلق بتأسيس و تنظيم الإذاعة و التلفزة الجزائرية. حيث يعتبرها هذا المرسوم مؤسسة عمومية تابعة للدولة لها طابع تجاري و صناعي تتمتع بصلاحية النشر الراديوغرافي و المتلفز.[(2)]

ابتداء من سنة 1967 صدر أمر رقم 67- 234 يتضمن تنظيم الإذاعة و التلفزيون الجزائري **(أنظر ملحق رقم 02)**، قرر في مادته الأولى أن الإذاعة و التلفزيون الجزائري هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي، و تكون تحت وصاية وزير الأنباء. [(3)]

إن الشكل القانوني المتبنى لتأسيس هذا النوع من المؤسسات هو شكل مؤسسة تابعة للدولة و هي صيغة تستجيب أكثر للسلطات الوصية.

إن قواعد التسيير التي تحكم هذا النوع من المؤسسات، و حسب المادة الثانية ، أن يتولى إدارة هذه المؤسسة مدير عام يعين بمرسوم بناء على اقتراح من وزارة الأنباء و الإعلام، كما يساعده في مهمة التسيير، مدراء فرعيين يعينون بقرار من طرف وزير الأنباء (الإعلام).[(4)]

يركز النظام الداخلي للمؤسسة كل السلطات في يد المدير العام، بحيث يمارس السلطة السلمية على جميع الموظفين ما عدا المديرون الفرعيون، و يقوم بالسهر على حسن سير مختلف مديريات المؤسسة، كما يعد البيانات التقديرية للإيرادات و النفقات للمصادقة عليها، و يحق له إبرام العقود و الاتفاقيات مع المؤسسات الجزائرية، و يمثل المؤسسة أمام جميع الجهات القضائية، كما يحق له فتح مراكز جهوية فوق التراب الوطني بترخيص من وزير الأنباء.

يساعد المدير العام مجلس إدارة[(5)] ترأسه شخصية تعين بنفس الطريقة التي عين بها المدير و المديرين الفرعيين. اختصاصاته تدور حول:[(6)]

-المشاكل المتعلقة بنشاط الإذاعة و التلفزيون الجزائري.

---

(1) الميثاق الوطني، "دور الدولة الاشتراكية"، 1976، ص،48.
(2) نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص،105.
(3) الجريدة الرسمية الصادرة في 17 نوفمبر 1967، عدد (94)، السنة الرابعة، ص.1447.
(4) المدراء الفرعيون هم: مدير الإذاعة، القسمان (1) و (2) ، مدير للإذاعة القسمان (3) و (4) – مدير التلفزيون – مدير المصالح التقنية.
(5) يتألف مجلس الإدارة من (10) أعضاء يمثلون مصالح الدولة (الوزارات): ممثل عن موظفي الإذاعة و التلفزيون و شخصية يختارها وزير الأنباء، ما يلاحظ انه لا يوجد ممثلين عن الحزب و لا عن الصحفيين.
(6) الجريدة الرسمية الصادرة في 17 نوفمبر 1967، مرجع سابق، ص.1448.

-التنظيم الداخلي و المالي للإذاعة و التلفزيون الجزائري.
-البرنامج العام للأشغال و الاستثمارات.
-الامتلاكات و بيع و إيجار العقارات و إحداث مكاتب جديدة.
-الجدول السنوي للبرامج السمعية البصرية.

إن أهم شيء يلاحظ في هذا الصدد انه لم يطرح أي جهاز آخر بديل يسمح بالتمثيل.

أما عن التنظيم المالي: فالمادة (26) من القانون تنص على أن موارد الإذاعة و التلفزيون الجزائرية تشتمل على مايلي:[1]

-الرسوم المفروضة على استعمال أجهزة الإذاعة و التلفزيون.
-الإيرادات الناتجة من الإشهار، و بيع الأفلام ، و التسجيلات و كل إنتاج يتعلق بصورة مباشرة بالنشاط الذي رخص للمؤسسة بمزاولته.
-دفع أجور الخدمات المقدمة.
-حاصل القروض المرخص بها و حاصل عقود الإشهار.
-إعانات الدولة و حاصل الغرامات و التعويضات
-الإيرادات و الحواصل المختلفة.

أما فيما يخص نفقات المؤسسة، فنجد القانون في المادة (27) منه يقر بأن المصروفات تشتمل على مايلي:[2]

-مصاريف التسيير و مصاريف التجهيز.

أما فيما يخص هيئة التحرير فلا يوجد أي نص يمنح حق المشاركة خاصة في تحديد و توجيه المضمون الإعلامي فالمدير بوصفه ممثل الدولة هو الوحيد المسئول عن المؤسسة.

في مرحلة ثانية أعيد صياغة الأمر رقم 67- 234 المتعلق بتنظيم الإذاعة و التلفزيون الجزائرية، و في تاريخ 01 جويلية 1986 و بمقتضى المرسوم رقم 86-146 (أنظر الملحق رقم 03) تم وضع اللبنة الأولى للمؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية (ENPS) كما تم تحويل جزء من الهياكل، و الوسائل و الأملاك و الأعمال و المستخدمين، الذين كانت تحوزهم و تسيرهم الإذاعة و التلفزة الجزائرية في إطار أعمالها في ميدان إنتاج البرامج الإذاعية و إنتاجها المشترك، و استيرادها و بثها بمقتضى المرسوم رقم 86-150 (أنظرالملحق رقم04) ، حيث تقرر المادة (2) من هذا المرسوم أن "تحل مؤسسة الإذاعة الوطنية محل الإذاعة و التلفزيون في مجال إنتاج البرامج الإذاعية و إنتاجها المشترك و تنتهي الصلاحيات التي كانت تمارسها الإذاعة و التلفزيون الجزائرية في مجال إنتاج البرامج الإذاعية و يحول إلى المؤسسة الجديدة احتكارات البرامج الإذاعية.[3]

---

[1] الجريدة الرسمية الصادرة في 17 نوفمبر 1967، مرجع سابق، ص.1449.
[2] نفس المرجع،ص. 1449.
[3] الجريدة الرسمية الصادرة في 2 جويلية 1986، عدد (27)، السنة الثالثة و العشرون ، ص.1115.

فبموجب المرسوم 86 – 146 أصبحت مؤسسة الإذاعة الوطنية، مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي و ذات صبغة اجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي[1] و تنص المادة الثانية على وضع المؤسسة تحت وصاية وزير الإعلام و تحتكر بث البرامج الإذاعية في كامل التراب الوطني.

ما يمكن ملاحظته بالنسبة للتسمية هو أن اسم "الإذاعة و التلفزيون الجزائرية" تغير ليصبح "المؤسسة الوطنية للإذاعة"، إذ نستشف بأنه أصبح معترفا بان للإذاعة دورا مزدوجا نظرا لطبيعة المنتوج الاقتصادية و الثقافية، عكس الأمر رقم 67 – 234 الذي يؤكد فقط على الصيغة التجارية و الصناعية، بمعنى أن المؤسسة الإعلامية تقوم بمهمة الخدمة العمومية فقط. فمؤسسة الإذاعة الوطنية مكلفة بالإعلام عن طريق البث و النقل لكل التحقيقات و الحصص و البرامج الإذاعية المتعلقة بالحياة الوطنية أو الجهوية المحلية أو الدولية و كذلك جميع قضايا الساعة و مواضعها (المادة 5)[2]

في هذا المجال نلاحظ ورود عبارة "الحياة الدولية" التي تعبر عن بعد انفتاحي على الخارج لاسيما في سنوات الثمانينات التي بدأت تعرف فيها الجزائر بوادر الأزمة الاقتصادية، كذلك هناك جوانب ايجابية نضمها المرسوم رقم 86 – 146 تمثلت في التركيز على: "تربية المواطنين و تعبئتهم، رفع المستوى الثقافي و التكوين، رفع مستوى الوعي، المساهمة في انجاز أعمال ذات طابع ثقافي و فني و ترفيهي."[3]

و هي مصطلحات جديدة لم ترد من قبل، تعتبر جد مهمة على مستوى المبدأ خاصة إذا علمنا أن الجانب الثقافي بقي محتكرا و مهمشا من طرف الدولة. في هذا الصدد المؤسسة الوطنية للإذاعة تتولى في إطار مهمتنا ما يأتي:[4]

- إنتاج البرامج السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و الفنية، و بثها في اتجاه الخارج.
- تنمية الأعمال المتصلة بهدفها مع مراعاة تطور التقنيات و التكنولوجيا في مجال البث الإذاعي.
- السهر على تطوير برامجها.
- استغلال وسائلها التقنية الإنتاجية و صيانتها و تطويرها.

في هذا المجال نسجل اختفاء الطابع الاقتصادي و المالي البحت الذي كان طاغيا في الأمر رقم 67-234 ، حيث أصبحت مهمة المؤسسة موجهة نحو إنتاج البرامج بمختلف أنواعها و كذا مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة.

أما عن طريق تسيير المؤسسة فان القواعد لم تتغير و استمرت عملية تركيز السلطة داخل المؤسسة في يد المدير العام الذي يعين دائما من طرف وزير الإعلام، حيث يقوم بالسهر على التحسين المستمر لنوعية البرامج الإذاعية و على احترام اختيارات البلاد و مهامه تنحصر في:[5]

---

(1) الجريدة الرسمية الصادرة في 2 جويلية 1986، مرجع سابق، ص. 1096.
(2) نفس المرجع،ص. 1096.
(3) نفس المرجع ،ص،ص. 1096،1097.
(4) نفس المرجع ،ص. 1097.
(5) نفس المرجع ، ص. 1098.

- تطبيق توجيهات الوصاية (السلطة) و تمثيل المؤسسة في جميع الأحوال، و كذا تسيير المؤسسة من الناحية الإدارية و التقنية و المالية مع ممارسة السلطة السلمية على جميع مستخدمي المؤسسة. بمعنى أن الدولة لازالت حاضرة بقوة في المؤسسة و لازال المدير ممثلا لها.
- يساعد المدير العام مدير عام مساعد يعينه وزير الإعلام (المادة13).
- يساعد المدير العام و مساعده مجلس استشاري (المادة14) يتكون من:[1]
- وزير الإعلام أو ممثله، رئيسا.
- ممثل رئاسة الجمهورية.
- ممثل حزب جبهة التحرير الوطني.
- ممثل وزير الشؤون الخارجية.
- ممثل وزير الدفاع.
- ممثل وزير الداخلية و الجماعات المحلية.
- ممثل وزير المالية.
- ممثل وزير التخطيط.
- ممثل وزير الثقافة و السياحة.
- ممثل وزير الصحة العمومية.
- ممثل وزير التعليم العالي.
- ممثل وزير التربية الوطنية.
- ممثل وزير التكوين المهني و العمل.
- ممثل وزير الري و البيئة و الغابات.
- ممثل وزير الحماية الاجتماعية.
- ممثل وزير الشباب و الرياضة.
- ممثل وزير الشؤون الدينية.
- المديرين المعينين في وزارة الإعلام.
- ممثلين (02) للصحافة المكتوبة يعينهما السلطة الوصية من بين مديري أجهزة الإعلام.
- المدير العام للمؤسسة الوطنية للبث الإذاعي و التلفزيوني.
- ممثل عمال المؤسسة.
- المدير العام لمؤسسة الإذاعة الوطنية.

[1] الجريدة الرسمية الصادرة في 2 جويلية 1986، مرجع سابق ،ص. 1098.

إن استعراض تركيبة المجلس الاستشاري يكشف لنا بوضوح الترتيب السلمي لممثلي الدولة ابتداء من ممثل الوزارة الوصية الذي يعد رئيسا، ثم ممثل رئاسة الجمهورية، فممثل حزب جبهة التحرير الوطني فالوزارات تباعا ليأتي في آخر المطاف ممثل عمال المؤسسة و ممثلين (02) للصحافة المكتوبة تعينهما السلطة الوصية، و لا أثر لممثل الصحفيين بالنسبة للمؤسسة. من خلال هذه التركيبة المعقدة قطاعيا يمكن استخراج وظيفة هذا الجهاز (المجلس الاستشاري) التي تميل نحو مراقبة المضمون الإعلامي بالدرجة الأولى، إلا أن الشيء الجديد الذي ظهر هو ممثل الحزب، حيث رجع هذا الأخير إلى الواجهة بعد تهميش دام فترة الرئيس الراحل "هواري بومدين"، نسجل كذلك أن هناك وزارات عديدة حاضرة عن طريق التمثيل، و نعتقد أن هذا راجع سببه إلى إحكام القبضة على ممارسة النشاط الإعلامي و على وسائل الإعلام الثقيلة بصفة خاصة من طرف الدولة. و ما يؤكد مزاعمنا هو الاختفاء الكلي لممثلي الصحفيين الذين يعتبرون مفصل أساسي في هذه العملية.

أما إذا تطرقنا إلى أحكام التسيير المالي، فان المادة (27) تنص على أن ميزانية المؤسسة تشتمل على ما يأتي:[(1)]

– الإيرادات و الموارد: و تتكون من المساعدات المادية التي تخصصها الدولة لسير المؤسسة و انجاز مخططها الإنتاجي السنوي، و الإيرادات المرتبطة بأعمال المؤسسة و جميع الموارد القانونية الأخرى، و كذا المساعدات الاستثنائية التي تخصصها الدولة للقيام بأعمال أو تحقيق أهداف خاصة.

– النفقات و تشمل نفقات التسيير و الصيانة و نفقات التجهيز.

نشير في هذا الصدد إلى أن الإشهار لم يعد احد أوجه المداخيل للمؤسسة رغم اعتماده في الأمر 67–234، و بالتالي التبني الكلي و الصريح للمؤسسة من طرف الدولة و هذا ما أكدت عليه المادة (28) حيث تتكفل ميزانية الدولة بنفقات تجهيز المؤسسة.[(2)]

فإذا عقدنا مقارنة بين القانونين السابقين لسنتي 1967 و 1986 يمكن استخراج مايلي :

– بالنسبة للقانون الأساسي المتضمن الأمر رقم 67 – 234 الخاص بالإذاعة و التلفزيون الجزائري:

– أن أغلبية عناصره تبين بصفة واضحة تبعية مؤسسة الإذاعة و التلفزيون للدولة مباشرة ، ويتجلى هذا بوضوح عن طريق التحكم في الإعانات و الهبات الممنوحة وطريقة تعيين المدير العام و مساعديه بمرسوم وزاري و غياب ممثل العناصر الأساسية في العملية الاتصالية و الإعلامية المتمثل في الصحافيين.

– إن طريقة تنظيم وعمل المؤسسة يوضح المراقبة المشددة و المركزة من طرف الدولة من جهة ، و الرقابة الاجتماعية المفروضة علي المتلقي (الجمهور) من جهة أخرى والدليل على ذلك تركيز الصلاحيات بسلطة المدير العام الذي يعد ممثلا للدولة بالإضافة إلى وضع مكانيزمات تحد من حرية

(1) الجريدة الرسمية الصادرة في 2 جويلية 1986، مرجع سابق، ص.1099.
(2) نفس المرجع ،ص.1099.

العمل كتنصيب مجلس الإدارة الذي يبقى دوره منحصرا في توجيه العملية الإعلامية و مراقبتها في اتجاه أحادى و وحدوي ما جعل المتلقي خاملا و سلبـــيـــا.

– لا يوجد أي تمثيل بالنسبة للصحفيين، بمعنى أن الوزارة الوصية هي التي تحدد كل شيء ابتداء بالمضمون الإعلامي إلى التجهيز التقني للمؤسسة وما على الصحفي إلا العمل في ضوء " التوجهات والاختيارات الوطنية مع احترامها ".

– طغى على الطرح الطابع التجاري والمالي وفي المقابل أهمل تماما الجانب الثقافي ،مما أعطى صورة جامدة لإعلامنا في تعاطيها مع الواقع المعاش.

أما بالنسبة للقانون الأساسي الذي جاء به المرسوم رقم 86 – 146 لســـنة 1986 الخاص بمؤسسة الإذاعة الوطنية:

– أن أغلبية عناصره تبين نوعا من التبعية للدولة مع رجوع الحزب إلى الواجهة وبالفعل فقد كان حضوره قويا في سنوات الثمانينيات.

– لا يمكننا الجزم بأن العمل أصبح فيه نوع من الحرية حيث نجد في بند (المادة6) عبارات " تتولى المؤسسة في إطار مهمتها ، ويعمل المدير على احترام اختيارات البلاد ،يطبق توجيهات الوصاية " وهي دوما عبارات غامضة يراد من ورائها تضييق حرية العمل الإعلامي ، و الدليل على أن هناك تضييق لهامش العمل ،تركيز الصلاحيات في يد المدير العام الذي يعين من طرف الوزارة الوصية و يعين بجانبه شخص يساعده بالإضافة إلى المجلس الاستشاري فكل هذه المعطيات تشير دون شك إلى هناك أزمة ثقة في المسؤولين.

– ظهور أبعاد جديدة في هذا القانون مما ترتب عليها مصطلحات جديدة تعد إيجابية ولو على مستوى المبدأ كالبعد الثقافي الذي تقوم به وسائل الإعلام لاسيما المؤسسة الوطنية للإذاعة و الأخذ في الحسبان المحيط الدولي في إطار عملها.

– إن التحول في التسمية له دلالة على مستوى المبدأ حيث أنه من الصعب في دولة تتحكم في جميع الفضاءات أن تعطي نوعا من الانفتاح، رغم أننا لا ننفي أنه لازالت" الدولة –الحزب" تتحكم في هذا القطاع عن طريق الإعانات والهبات و التعيين بالمراسيم.

أما حسب القرار الصادر في الجريدة الرسمية و المؤرخ في 24 جانفي 1987، الذي تضمنه التنظيم الداخلي في مؤسسة الإذاعة الوطنية، فقد نص في مادته الأولى على مايلي:[(1)] (أنظرالملحق رقم 05)

– تشتمل مؤسسة الإذاعة الوطنية الموضوعة تحت سلطة المدير العام على الهياكل التالية:

– مديرية البرامج الإذاعية الوطنية: و تتكفل بانجاز و بث البرامج الموجهة أساسا إلى الداخل أي الجمهور الجزائري، و تشتمل على القناة الأولى يديرها مدير، و القناة الثانية و يديرها مدير مساعد.

(1) الجريدة الرسمية الصادرة في 8 جانفي 1987، عدد (15)، السنة الرابعة وعشرون،ص،ص.556،557.

- مديرية البرامج الإذاعية الدولية:
مكلفة بانجاز برامج و حصص باللغة الوطنية و اللغات الأجنبية. و تشتمل على القناة الثالثة و القناة الرابعة و تسير بنفس الكيفية السابقة.
- مديرية المصالح التقنية و التجهيز:
تقوم هذه الأخيرة باستغلال جميع المنشات و التجهيزات التقنية و صيانتها، كما تتولى السهر على تنمية قدرات الإنتاج في المؤسسة، و تضم هذه المديرية فرعين ، الأول خاص بوسائل الإنتاج في المؤسسة و الثاني خاص بالدراسات و التنمية.
- مديرية الإذاعة العامة:
تتكفل بتسيير الموارد البشرية و الشؤون القانونية و المديرية الفرعية للموارد المالية و الوسائل العامة، و المديرية الفرعية للتكوين و تحديث المعلومات و تحسين المستوى.
- مركز الاستماع و استغلال الحصص الإذاعية:
يتولى الاستماع إلى الحصص الإذاعية و استغلالها و حفظها و يضم قسم الاستماع و قسم الاستغلال.[1]
- الوحدة الجهوية:
تعمل على تطبيق البرامج المحددة فيما يخص الحصص الإذاعية على الصعيد الجهوي، و تكون مقرات الوحدة التي يبلغ عددها أربعة (4) في كل من وهران، قسنطينة، ورقلة، بشار، و يسيرها رئيس وحدة جهوية بدرجة نائب مدير.[2]
و تنقسم الإذاعة الوطنية من حيث اللغة الناطقة إلى ثلاث قنوات رئيسية و هي:
- القناة الأولى: و هي مكلفة بانجاز الحصص الإعلامية و التربوية و الترفهية، و هي قناة وطنية و دولية تبث باللغة العربية و هي مهيكلة كمايلي:[3]
- رئاسة التحرير (رئيس التحرير يساعده ثلاثة نواب).
- رئاسة التحرير مكلفة بالحصص و الاستطلاعات.
- قسم البرمجة التربوية و الثقافية.
- قسم برامج الحصص الدراسية.
- قسم برامج المنوعات.
- قسم البرمجة و المحفوظات الإذاعية.
- قسم التنشيط و المراقبة.

[1] الجريدة الرسمية الصادرة في 8 جانفي 1987، مرجع سابق، ص. 558.
[2] نفس المرجع .، ص. 558.
[3] نفس المرجع .، ص. 556.

– القناة الثانية: مكلفة بإنتاج البرامج و الحصص الإذاعية ذات الطابع الثقافي الناطق باللغة الأمازيغية بمختلف لهجاتها و هي مهيكلة كمايلي:(1)

– رئاسة التحرير المتخصصة المكلفة بالنشرات و الحصص الإعلامية.

– قسم الحصص الثقافية و التراث و الفنون الشعبية.

– قسم الموسيقى و الأغاني الشعبية.

– قسم البرمجة و المراقبة و المحفوظات الإذاعية و التنشيط.

– القناة الثالثة: قناة ناطقة باللغة الفرنسية و تقدم برامج متنوعة و تشتمل على :(2)

– رئاسة التحرير المكلفة بالبرامج ذات الطابع الإعلامي، يسيرها رئيس تحرير يساعده نائب رئيس التحرير.

– رئاسة تحرير يسيرها رئيس تحرير مكلف بالحصص المتخصصة ة الاستطلاعات و المجلات الإذاعية.

– قسم الإنتاج المكلف بالبرامج ذات الطابع التربوي و الثقافي.

– قسم البرمجة و المراقبة و المحفوظات الإذاعية و التنشيط.

– القناة الرابعة: و هي مكلفة بإنتاج البرامج الموجهة إلى الجمهور الأجنبي و تشتمل على:(3)

– هيئة التحرير المكلفة بالحصص الدولية تبث باللغة العربية.

– هيئة التحرير المكلفة بالحصص الدولية تبث باللغة الفرنسية.

– هيئة التحرير المكلفة بالحصص الدولية تبث باللغة الانجليزية.

– هيئة التحرير المكلفة بالحصص الدولية تبث باللغة الاسبانية.

– قسم البرمجة و المراقبة و المحفوظات الإذاعية و التنشيط.

و قد تمت إعادة هيكلة المؤسسة الوطنية للإذاعة من جديد في 19 ديسمبر 1987، و تنص المادة الخامسة عشر (15) من هذا القرار (أنظرالملحق رقم 06) على إلغاء قرار 24 جانفي 1987، و يضيف هذا التنظيم الداخلي الجديد وحدة التسجيل الصوتي و استنساخه و هي مكلفة بتسجيل الاسطوانات و الأشرطة الصوتية و استنساخها و تسويقها و هي ذات طابع تجاري و ثقافي معا.(4)

و تتكون هذه الوحدة من:(5)

– قسم الإنتاج و يكلف بالإنتاج الصوتي بالاتصال مع المديريات المعنية في مؤسسة الإذاعة الوطنية.

– قسم الوسائل التقنية و الإنتاج، يقوم باستغلال وسائل الإنتاج التقنية و صيانتها بالاتصال مع مديرية المصالح التقنية و التجهيز.

---

(1) الجريدة الرسمية الصادرة في 8 جانفي 1987، ص.556.
(2) نفس المرجع ، ص.557.
(3) نفس المرجع ، ص.557.
(4) الجريدة الرسمية الصادرة في 8 جانفي 1987، ص 357.
(5) نفس المرجع .، ص 358

- قسم الإدارة و الوسائل العامة، و يكلف بالشؤون الإدارية، و القانونية، و المالية.
- قسم تسويق المنتوجات، و يكلف بتسويق إنتاج الوحدة الصوتي.

ما يلاحظ في هذا التنظيم الجديد أنه الغي قسمين أساسيين في مديرية البرامج الإذاعية الوطنية: قسم البرامج و الحصص الدراسية و قسم المنوعات و تم تعويضهما بقسمين جديدين هما قسم البرامج المسرحية و قسم الموسيقى.

و في مرحلة ثالثة أعيد صياغة المرسوم رقم 86-146 المؤرخ في 01 جويلية 1986، المتضمن إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية، و في تاريخ 20 افريل 1991 و بمقتضى مرسوم تنفيذي رقم 91-102 تم تحويل المؤسسة الوطنية الإذاعية المسموعة إلى مؤسسة عمومية للإذاعة المسموعة (أنظر الملحق رقم 07)

فحسب المادة (1) تحول مؤسسة الإذاعة الوطنية المسموعة إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تسمى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة مقرها مدينة الجزائر:

- توضع المؤسسة تحت وصاية السلطة التي يعينها رئيس الحكومة.
- تتمتع باستقلالية التسيير و بالشخصية المعنوية.
- تربطها مع الدولة قواعد القانون العام، حيث يطبق قانون الصفقات العمومية عند ابرامها العقود.
- تمارس مهمتها كإذاعة مسموعة وفقا لدفتر الشروط و الأعباء.

تتمثل مهمة المؤسسة فيما يأتي:

- إعلام المواطن عن طريق البث و النقل للبرامج الإذاعية الوطنية أو الجهوية أو المحلية أو الدولية.
- ضمان التعددية وفقا للدستور.
- تتولى على عاتقها عمليات التربية و الترفيه و الثقافة لمختلف شرائح المجتمع و كذا الدفع من معارفهم.
- تعزيز التواصل الاجتماعي في سياق مكسب التعددية.
- العمل على توسيع طرق التواصل في المجتمع.
- تطور الثقافة الوطنية بكل مكوناتها و ترقية اللغة العربية و الدفاع عنها.

نلاحظ جليا التغيير الجذري للمهام الموكلة للإذاعة على اعتبار أن الواقع السياسي و الاجتماعي في البلاد قد تغير مع هبوب رياح التغيير في أكتوبر 1988 و التي توجت بصدور دستور 23 فيفري 1989 الذي اقر التعددية السياسية و من هنا يمكن تسمية هذه المرحلة بمرحلة التكيف مع الراهن الجديد الذي أصبح يأخذ في الحسبان معطيات اجتماعية وسياسية جديدة منها: ضمان التعددية، تعزيز التواصل الاجتماعي، توسيع آفاق التواصل. و منه يمكن استخلاصه المهمة الجوهرية للإذاعة و المتمثلة في "الخدمة العمومية" عن طريق الإعلام و التربية، التثقيف و الترفيه.

أما في مجال التنظيم و عمل المؤسسة فقد نصت المادة (11) من المرسوم التنفيذي91-102 على أن يدير المؤسسة مدير عام يعين بمرسوم رئاسي، و يشرف عليها مجلس إدارة.[1] حيث يعمل على تحسين نوعية

[1] الجريدة الرسمية الصادرة في 24 افريل 1991، عدد (19)، السنة الثامنة والعشرون،ص.629

البرامج الإذاعية و احترام المقاييس المهنية و قواعد أخلاق المهنة (المادة 13) و هو في هذا الإطار مكلف بما يأتي:[1]

- تطبيق متطلبات دفاتر الشروط.
- يمثل المؤسسة في الحياة المدنية.
- يقوم بالتسيير الإداري و المالي.
- يمارس السلطة السلمية على الموظفين.
- يساعده مديرو القنوات الذين عينهم.

في هذا الإطار نلاحظ أن أهم بند تغير مقارنة مع قانون 1986 هو أن مهام المدير العام لم تعد تأخذ في الحسبان كتطبيق توجيهات الوصاية أو احترام اختيارات البلاد، و لكن تطبيق متطلبات دفتر الشروط و الأعباء المتفق عليها هو الذي أصبح معيار العمل، و بالتالي هذه الخطوة تعد من بين الخطوات الرصينة في عالم الاحترافية في عالم الإعلام على اعتبار أن الدولة هي المنظم (Régulateur).

يساعد المدير العام مجلس إدارة يتكون من ثلاثة عشر (13) عضوا هم:

- المدير العام (رئيسا).
- ممثل السلطة الوصية.
- ممثل لوزارة الاقتصاد.
- ممثل للسلطة المكلفة بالتخطيط.
- ممثل لوكالة الأنباء الجزائرية.
- ممثل للمؤسسة العمومية للبث التلفزي.
- ممثل لجميع الوحدات الجهوية.
- ثلاثة (3) مديرين للقنوات الأولى، الثانية، الثالثة.
- ممثل منتخب للصحفيين المحترفين.
- ممثل منتخب للإبداع الفني.
- ممثل منتخب لفئات المستخدمين الآخرين.

إن استعراض تركيبة مجلس الإدارة يعطي للوهلة الأولى هندسة مغايرة عن التركيبات السابقة (1967-1996)، بحيث أصبح المدير العام هو رئيس هذه الهيئة عوضا عن ممثل وزير الإعلام. و بالتالي تقليص شدة التركيز و المراقبة و إعطاء فرصة للعمل و روح الإبداع، كذلك تقليص ممثلي مختلف الوزارات و الأهم من ذلك إدماج الصحفيين و المهنيين في هذا المجلس ما يجعله على الأقل أداة لدفع المؤسسة والمهنة نحو الأحسن، فعلى الأقل من خلال هذه التركيبة نلاحظ نوعا من تخفيف شدة الرقابة على المضمون و محاولة خلق هامش للعمل الاحترافي و لو كانت هذه المناورة المهنية في سياق متأخر.

---

[1] الجريدة الرسمية الصادرة في 24 افريل 1991، ص. 629.

أما فيما يخص أحكام التسيير المالي فقد نصت المادة (22) على أن محاسبة المؤسسة تكون عمومية و تجارية و تشتمل ميزانيتها على:

1) الإيرادات

- الإيرادات غير العادية: و المتمثلة في الرسوم المفروضة على ممتلكات الاتصال و الإيرادات ذات الصلة بأنشطة المؤسسة و القروض و الهبات و الوصايا.

- الإيرادات العادية: و تتمثل في الإعانات المخصصة لانجاز الخدمة العمومية الناجمة عن دفتر الشروط و الإعانات المخصصة لمخطط التنمية.

2) النفقات: و تتمثل في:

- نفقات التسيير.

- نفقات التجهيز.

النقطة الايجابية في الشق المالي هو خضوع المؤسسة لأول مرة لمبدأ المحاسبة و هو أحد المبادئ التي تقوم عليها اعرق الديمقراطيات في العالم، حيث يطبق قانون الصفقات العمومية(المرسوم التنفيذي رقم 91-434 و المرسوم التنفيذي 96-54 المعدل و المتمم) عند إبرامها لعقود مع الأشخاص المعنوية العامة و بالتالي تكون لها محاسبة عمومية . و في هذا المجال، كذلك بالنسبة للمنازعات في الإطار العام حيث يطبق القانون الإداري أما بالنسبة للقانون الخاص ، فالإذاعة الجزائرية تخضع له في علاقتها مع الأشخاص المعنوية أو الأشخاص المادية، حيث تكون لها محاسبة تجارية و ليس عمومية في هذا الإطار، كما أن علاقات العمل بالمؤسسة تخضع لقانون العمل و ليس لقانون الوظيفة العمومية الذي ورد في النص الخاص بالإتفاقية الجماعية.[1] كما إن مؤسسة الإذاعة لا تعتمد في تمويل نفقاتها على ميزانية الدولة و إنما تعتمد على الإيرادات المحققة عن نشاطاتها التجارية في تمويل النفقات.

و قد جاء المرسوم التنفيذي رقم 91-103 (أنظر الملحق رقم 08) و الذي تضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية و المنقولة و الصلاحيات و الأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة ، وقد ورد في المادة (2) بأن تخضع المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة لالتزامات الاستمرارية و تكييف الخدمة العمومية ضمن الشروط و الكيفيات المحددة في دفتر الشروط العامة الذي تحدده السلطة الوصية بقرار.[2] و من أهم بنود دفتر المهام و الأعباء حسب المرسوم التنفيذي رقم 91-103 مايلي:[3]

[1] Etablissement Public De Radiodiffusion Sonore,Convention Collective,Document Non Publie,Alger,2005.

[2] الجريدة الرسمية الصادرة في 24 افريل 1991،ص.632.

[3] انظر الجريدة الرسمية الصادرة في 24 افريل 1991،ص،ص.632،635.

- التزامات عامة:

- تضمن المؤسسة إعلاما يهدف الإثراء الثقافي و الترفيه للمواطن وذلك بحسب المهمة الثقافية و التربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية .المادة(3) ، كما تقوم ببث برامجها في الوطن و نحو الخارج .المادة (2).

- تضمن المؤسسة مبدأ التعبير التعددي (المادة 4) كما تعمل على احترام الإنسان و الكرامة و المساواة بين المواطنين المادة (5).

- تضمن ممارسة حقوق التصحيح و الرد (المادة6) كما تعلن عن برامجها قبل بثها (المادة 9).

- تشجع المؤسسة على بث الثقافة الوطنية بجميع خصوصياتها و أبعادها (المادة 10) و تعرف بالتراث الثقافي الحضاري للجزائر عن طريق لغات البث الأجنبية (المادة11).

- التزامات خاصة:

- تضمن المؤسسة في كل وقت تغطية تصريحات الحكومة و بلاغاتها، و تبرمجها دون تحديد المدة و بدون مقابل (المادة 17)، كما تبرمج و تبث الحصص المنتظمة المخصصة للتعبير المباشر للجمعيات و المنظمات النقابية و المهنية التي لديها الصفة التمثيلية (المادة 21).

في حين على المؤسسة أن تبرمج أو تبث حصص تنتجها الأحزاب السياسية أو المنظمات النقابية أو المهنية أو الدينية، أو تنتج لحسابها سواء كانت بمقابل أو بدونه.(المادة 16)

- تنتج المؤسسة و تبرمج حصصا متعلقة بالاستشارات الانتخابية التي تحدد حملة رسمية لها (المادة 18)، كما ينبغي عليها أن تبرمج و تبث مناقشات المجلس الشعبي الوطني (المادة 19).

- تبرمج المؤسسة و تبث البرامج الدينية عبر قنواتها المختلفة، لاسيما خطبة الجمعة، و الأعياد الدينية (المادة 22).

- يتعين على المؤسسة أن تقوم بانجاز حصص منتظمة حول تاريخ الجزائر المعاصر و بخاصة حرب التحرير الوطنية (المادة 24)، كما تبث حصص منتظمة للجالية الجزائرية بالمهجر (المادة 25)

- تبرمج المؤسسة و تبث يوميا و بصفة منتظمة نشرات إخبارية (المادة 27)، كما تبث حصصا وثائقية حول قضايا العالم المعاصر في شتى المجالات (المادة 28).

- تبرمج و تبث المؤسسة عروضا مسرحية (المادة 29) مع إعطاء مكانة متميزة للأعمال من الإنتاج الوطني (المادة 30) كما تقوم بانجاز حصص ذات طابع موسيقي (المادة 32)، و تحرص على التعريف بجميع أشكال الموسيقى (المادة 33).

- التزامات تتعلق بالاشهار:

- يسمح للمؤسسة ببرمجة و بث الإشهار التجاري و ذي المنفعة العامة (المادة 36)، و ينبغي أن يكون محتوى الإشهار مطابقا لقواعد الصدق و احترام الأشخاص و لا يمكنه أن يمس بمصداقية الدولة (المادة 37)، و تحدد المؤسسة أسعار الإشهار و تعلن عنها (المادة 43).

– يجب أن تكون البلاغات الاشهارية خالية من جميع أشكال الميز العنصري أو الجنسي، و من مشاهد العنف و الرعب (المادة 38)، كذلك يجب أن لا تتضمن أي عنصر من شأنه أن يمس بالقناعات الدينية أو الفلسفية أو السياسية لدى المستمعين (المادة 39).

هذا ما ورد في دفتر الأعباء الخاص بالمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة ، فعلى المستوى النظري هناك نقاط كثيرة ايجابية، و لكن التعامل الواقعي و الميداني معها صعب و تبقى غامضة جدا خاصة قضايا المجال السياسي كالتعامل مع الاحزاب و الجمعيات السياسية مثلا التي تبقى رهن الحضر، كذلك نلاحظ الاحتكار الكامل للأبعاد الثقافية في المجتمع و الخوف من التعامل الصريح معها، بالإضافة إلى قضية الإشهار و إحكام القبضة عليه من طرف الدولة على اعتباره شريان حياة مهم للعديد من المؤسسات إن لم نقل كلها.

خلاصة

إن تاريخ الإذاعة المسموعة و السياسة في الجزائر يسيران جنبا إلى جنب، فالإذاعة المسموعة ارتبطت تاريخيا بالسياسة ومثلت أداة تعبير لها ، فلقد استعانت بها الحكومة الاستعمارية في التعبير عن سياستها التي كانت تهدف إلى طمس الحقائق وتضليل الرأي العام الجزائري وتجريد الشعب من مقوماته ، أما بالنسبة للجزائريين فإنهم لم يبقوا مكتوفي الأيدي بعدما تيقنوا أن الإذاعة المسموعة سلاح سياسي يمكن استعماله في مقاومة الاستعمار.

لقد ارتبطت الإذاعة المسموعة بالنظام السياسي الذي عرفته الجزائر المستقلة، و ما يعتبر عاملا رئيسيا وحاسما في تحديد كل مرحلة هو نوعية وطبيعة الجماعة الحاكمة ، فالمرحلة الممتدة بين 1962 ــ 1988 تتفق كلها في الاستناد إلى دستور مفروض بطرق خاصة يركز على تركيز السلطة وأحادية الحزب وتقيد الحريات وفرض أيديولوجية معينة ، أما بعد سنة 1988 فقد دخلت الجزائر فترة مغايرة تميزت بظهور دستور جديد في 23 فيفري 1989، الذي جسد التعددية الحزبية و الإعلامية.

إن مختلف الفترات التي مر بها قطاع الإعلام والاتصال في الجزائر ترتب عنها حتمية تغيير القوانين و التشريعات المعمول بها في هذا الميدان ما انعكس مباشرة على عمل و أداء الإذاعة المسموعة بصفة خاصة ووسائل الإعلام بصفة عامة.

الفصـــــل الســـادس

الإذاعـــــة المحليـــة في الجزائـــــر

1 – مفهوم الإذاعة المحلية و المفاهيم المرتبطة.

2 – تجـــارب دوليـــــة.

3 – خصائص الإذاعات المحلية و أسباب انتشارها.

4 – دور الإذاعات المحلية في المجتمع.

5 – تجربة الإذاعات المحلية في الجزائر.

6 – أهداف و أسباب إنشاء الإذاعات المحلية.

7– مراحل تطور الإذاعة المحلية في الجزائر.

تمهيد

لعبت الإذاعة المحلية دورا هاما في تنمية المجتمعات و في تغيير اتجاهات و سلوكيات الأفراد على اعتبارها أصبحت تشكل قناة ضرورية سواء لنقل الأخبار و المعلومات أو الترفيه و الخدمات ، حيث عكفت الإذاعات المحلية عبر برامجها على نقل انشغالات الناس و همومهم و قضاياهم الأساسية ، و بالتالي إشباع حاجياتهم الأساسية .

تكتسب الإذاعة المحلية أهمية متزايدة رغم المنافسة الشرسة لوسائل الاتصال الأخرى ، و ما بقائها إلا دليل على قدرتها على التكيف السريع مع أوضاع الاتصال و التكنولوجيا الجديدة ، زد على ذلك أنها تتمتع بخواص ضمنت لها التعايش ، بل و المواكبة و التفوق على بعض الوسائل الاتصالية الأخرى التي لا تقل شأنا من حيث الصيت و الذيوع في المجتمع.

و يعرض هذا الفصل مفهوم الإذاعة المحلية و المفاهيم المرتبطة كالمجتمع المحلي و مفهوم الإعلام المحلي و مفهوم الإعلام الإقليمي و مفهوم الإذاعة المركزية ، ثم يستعرض خلفية معرفية حول نشأة الإذاعة المحلية في العالم مستعرضين عدة تجارب من أمريكا و بريطانيا و فرنسا ثم ايطاليا و الهند و أخيرا مصر، تمكننا هذه التجارب من معرفة موقع التجربة الجزائرية و كذا السياقات العالمية التي تشتغل في إطارها هذه الأخيرة ، ثم تطرقنا إلى خصائص الإذاعات المحلية و أسباب انتشارها و كذا دورها في المجتمع.

و في الأخير لقد قمنا بالتفصيل فيما يخص التجربة الجزائرية في مجال الفضاء الإذاعي متخذين حالة الإذاعات المحلية نموذجا فتطرقنا إلى أهداف و أسباب إنشاء الإذاعات المحلية في الجزائر ثم مراحل تطورها بدءا من مرحلة الانطلاق إلى مرحلة التوسيع فمرحلة التثبيت و أخيرا مرحلة التعميم النهائي .

في آخر المطاف حاولنا أن نقوم بوضع بطاقة وصفية لمختلف الإذاعات المحلية في الجزائر في حدود المعلومات التي توفرت لدينا.

1-مفهوم الإذاعة المحلية و المفاهيم المرتبطة:

تعرف الإذاعة المحلية بأنها جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا، بمعنى أنها تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا، محدود العدد، يعيش فوق أرض محدودة المساحة، فهي تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية و الثقافية و الاجتماعية، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع، تأخذ منه و تعطيه، و تقدم له الخدمات المختلفة، فالجمهور المستهدف لكل إذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة متجانسة، أو مدينة صغيرة متقاربة و متجانسة و قد تكون مدينة كبيرة.[1]

كما يعرفها الاتحاد العالمي للإذاعة المحلية بأنها: تستجيب لاحتياجات المجتمع المحلي الذي تخدمه، كما تساهم في تنميته، و هي تناضل من أجل ديمقراطية الاتصال من خلال مشاركة المجتمع المحلي التي تتخذ أشكالا مختلفة وفقا لكل بيئة نوعية.[2] كما قد يكون المجتمع عبارة عن مجموعة الأفراد الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة دون أن يقتضي ذلك العيش معا في إقليم جغرافي واحد، و هكذا يمكن إدارة المحطة الإعلامية و تنظيم عملها بواسطة مجموعة واحدة أو عدد من المجموعات المجتمعة معا.[3]

و تعرف كذلك على أنها تلك الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا و متناسقا من الناحيتين الطبيعية و الاجتماعية، مجتمعا له خصائص البيئة الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية المتشابهة و المتميزة، و تجمع أفراده وحدة ثقافية و فكرية و تراثية خاصة، و تكون هذه الإذاعة هي مجالهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم تعكس تراثهم و أفكارهم، بل و حتى لهجتهم المحلية و تلبي احتياجاتهم و تقدم الأخبار التي تهمهم.[4]

فالإذاعة المحلية تعتبر أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة و محددة و يوجه إلى جماعات بعينها بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس و متصلا بثقافة البيئة المحلية و ظروفها الواقعية مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي القيمي في هذه البيئة و يعتمد اعتمادا كليا على كل ما فيها من أفكار بحيث تكون الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف، و تصبح القيم الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و العادات و التقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب شكل و مضمون الإعلام المحلي.[5]

و تعرف تقنيا في ضوء البث منخفض القدرة إلى منطقة سكانية متجانسة، أو تشير إلى مشاركة جمهور المجتمع المحلي في إنتاج البرامج أكثر من مشاركتهم في السياسة و التخطيط.[6]

---

(1) عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص،ص. 13، 14.
(2) طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي و قضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2004،ص. 78.
(3) لوي تايينج، كيفية إنشاء محطة إذاعة للبث المحلي، اليونسكو،الطبعة الأولى، 2001،ص.7.
(4) ماجي الحلواني،مدخل إلى الفن الإذاعي و التلفزيوني، مرجع سابق، ص. 33.
(5)عدوان سلطان، الإذاعة المحلية المفهوم و أسس التخطيط.
http://mediacom jeeran.com/archive/2009/9/947542.html./
(6) طارق سيد أحمد، مرجع سابق، ص.77.

و يمكن تعريف الإذاعة المحلية إجرائيا على أنها جهاز إعلامي ذو بث منخفض القدرة ، يختص بمجتمع محدد يملك خواصا متجانسة نسبيا من الناحية الاقتصادية و الثقافية و الاجتماعية و يساهم في تنميته، و قد صممت الإذاعة المحلية من أجل مشاركة هذا المجتمع الصغير المتميز في السياسة و التخطيط عن طريق المشاركة في إنتاج البرامج و اقتراح الخطط.

يرتبط مفهوم الإذاعة المحلية بمفهوم المجتمع المحلي، مما يجعل تحديد مفهوم المجتمع المحلي ضرورة بالنسبة للدراسة، و هو يعرف كمايلي:

1-1- المجتمع المحلي: هو جماعة من المواطنين، يعيشون في بقعة أرض ذات حدود جغرافية أو إدارية محددة، يكونون جماعة مترابطة تمام الارتباط بفضل اشتراك أفرادها في مجموعة من التصورات و القيم المشتركة، و لكل منها مركز اجتماعي خاص و دور محدود يؤديه، و يتبعون في ذلك نظما اجتماعية مشتركة تعينهم على مواجهة احتياجاتهم الضرورية، بما فيها من وسائل عمرانية أو نظم اجتماعية و سياسية و اقتصادية.(1)

أما عالم الاجتماع الألماني "فردناند تونيز" فيرى المجتمع المحلي بأنه: وحدة محدودة النطاق الايكولوجي و الديموغرافي، و هي خاضعة لسلطات الدين و الأعراف و المتواضعات الاجتماعية، تسيطر على أفرادها العواطف، و المشاركات المجتمعية و تسودها روح التضامن و التعاون التلقائي.(2)

و يتضمن مفهوم المجتمع المحلي أشكال الطائفية في مجالات العمل و الجيرة و السياسة و النواحي الأخرى الموجودة في الحياة الاجتماعية للفرد، هذه المجتمعات المحلية تدور حول إحساس بالأهداف الجماعية و المعنى المشترك، و بذلك توفر وسيلة للتفاعل الاجتماعي و العلاقات المباشرة في الأماكن المادية، غير أن الأشكال الحديثة المعاصرة للمجتمع المحلي المنظمة حول العلاقات الاجتماعية من الممكن أن تتعرض للخطر بسبب النزعة الاستهلاكية و تكنولوجيات المعلومات و الاتصال و العيش في مراكز ميتروبوليتانية عالمية أعادت تشكيل المفاهيم للمجتمعات المحلية.(3)

و يعرفه "لوي تايبنج" بأنه: مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية محددة و يشتركون معا في الأنشطة الاقتصادية و السياسية و يكونون فيما بينهم وحدة اجتماعية ذات حكم ذاتي تسودها قيم عامة و يشعرون بالانتماء نحوها. و من أمثلة المجتمع المحلي: المدينة الصغيرة، القرية.(4)

و يستخدم "روبرت نسبت" مصطلح المجتمع المحلي كمرادف للمجتمع أو النسق الاجتماعي، و يضيف إليه خاصية وجود نوع من التكامل أو الشعور بالانتماء بين أعضائه، و قد استعرض "هيلري" أربعة و تسعون (94) تعريفا للمجتمع المحلي و خلص إلى نتيجة مؤداها، أنه لا يوجد اتفاق بين التعريفات جميعا أكثر من الإشارة إلى أن الناس يعيشون في مجتمع محلي أو منطقة معينة و على أن مصطلح المجتمع المحلي قد

---

(1) منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سابق، ص. 160.
(2) إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص.518.
(3) اولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيوكو كاربنتيير، فهم الإعلام البديل، ترجمة علاء احمد إصلاح، الطبعة الأولى ، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009، ص. 241.
(4) لوي تاينبخ، مرجع سابق، ص. 8.

يستخدم كمرادف لمصطلحات أخرى مثل المجتمع، التنظيم الاجتماعي، النسق الاجتماعي، إلا أن كثيرا من الدارسين يتفقون على أن المجتمع المحلي يشير إلى منطقة محلية محددة لها طابع خاص. و يمكن أن يتفق مع وجهة النظر هذه التعريف الذي قدمه "بارسونز" حول المجتمع المحلي على أنه تجمع الفاعلين في منطقة محددة بصورة تتيح ظهور أنشطة مشتركة، و يتضمن هذا التعريف تفاعل الأفراد في إطار نظامي محلي معقد يقدم خدمات أساسية للأفراد مع الأخذ في الاعتبار أن المجتمع المحلي ليس وحدة مستقلة ذاتية بالضرورة.[(1)]

أما "ماك برايد" فيعرف المجتمع المحلي على أنه تجمع عدة مجموعات تختلف من حيث الطبقة الاجتماعية، الوضع الاقتصادي و تختلف غالبا في انتماءاتها السياسية و الاجتماعية و كذلك نظرتها العامة و أرائها.[(2)]

بينما يعرفه "دينكن ميتشل" بأنه: جماعة من الناس تقطن جغرافية معينة، و تزاول نشاطات اقتصادية، سياسية، ذات مصلحة مشتركة و لها تنظيم اجتماعي و إداري يحدد طبيعة حكمها، كما أن لها قيما و مصالح و شعورا و أهدافا متبادلة.[(3)]

و يعرفه "ارنولد جرين" بأنه: مجتمع من الناس يعيشون في منطقة صغيرة دائما و يتقاسمون طريقة مشتركة في الحياة فهو جماعة محلية.[(4)]

و في الأخير نخلص إلى تعريف إجرائي للمجتمع المحلي ينص على أنه: مجتمع صغير العدد نسبيا يقيم في أرض ذات حدود جغرافية أو إدارية محددة ،يشكل وحدة اجتماعية مترابطة و منسجمة بفضل قيم أفراده التي تتفق في مجموعة من التصورات المشتركة تسيطر عليها آلية التضامن و التعاون التلقائي ،كما يشتركون أفراده معا في الأنشطة الاقتصادية و السياسية و يتقاسمون الأدوار وظيفيا في إطار خاصية الشعور بالانتماء المطلق أو النسبي لهذه الجماعة.

1-2-مفهوم الإعلام المحلي:

اشتق مصطلح المحلي (Locale) الخاص بجميع بلدان أوربا من الكلمة اللاتينية (Locus) و هي تعني حرفيا "المكان" و تشير إلى مكان صغير منفصل عن كيانات كبيرة المدى. و في الانجليزية يشتمل المصطلح أيضا على عناصر من الجوار أو القربة و المدينة و القطر و المقاطعة. و بمفهوم نظامي يشير مفهوم المحلي إلى كيان صغير نسبيا أو مكان من نطاق يمتد من الكبير إلى الصغير ، غير أن ترجمة (Locale) و إضافتها إلى كلمة الإعلام قد تنصرف إلى كل الوسائل الإعلامية التي تنطلق داخل حدود الدولة كلها، و بمعنى آخر إعلام الدولة الوطني في مقابل إعلام الدول الأخرى، يضاف إلى ذلك أن بعض الباحثين استخدم مفهوم الإعلام المحلي ليشير به إلى مركز الإعلام الداخلي.[(5)] إذن فالإعلام المحلي هو

---

(1) نخبة من أساتذة قسم علم الاجتماع، مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، دون سنة، ص.172
(2) شون ماك برايد و آخرون، مرجع سابق، ص،251
(3) إحسان محمد حسن،موسوعة علم الاجتماع،الدار العربية للموسوعات ،الطبعة الأولى،بيروت،1995،ص.226
(4) أحمد كمال احمد،تنظيم المجتمع،دار وهدان للطباعة و النشر،الطبعة الثانية،الجزاء الأول ، مصر،1973، ص.95
(5) طارق سيد أحمد، مرجع سابق، ص، ص.69،70

نوع من الإعلام محدود النطاق، يختص باهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعا محليا، و يمثل انعكاسا واقعيا لثقافة ذلك المجتمع المحلي مستهدفا خدمة احتياجات سكانه و محققا لتفاعلهم و مشاركتهم.و بهذا يمكن تعريفه على أنه تنظيم يستهدف،عبر و سائل الاتصال ، جعل المسافة بين السلطة المركزية و المواطنين قصيرة و ذلك تطبيقا لقاعدة القرب.[1]

1-3-مفهوم الإعلام الإقليمي:

تشير كلمة إقليم (Région) إلى منطقة جغرافية تضمن بعض الخصائص المتجانسة التي تميزها عن الأقاليم الأخرى أو تسمح بأن تمثل وحدة حكومية و إدارية مستقلة، كذلك فان الإقليم عبارة عن منطقة محددة طبقا للتقسيم الإداري للدولة و طبقا لمعايير محددة.[2]

إلا أن هناك ثلاثة اتجاهات نحو تحديد الإقليم:[3]

أولها: اتجاه طبيعي جغرافي ينظر إلى الإقليم على أنه قطعة من الأرض، تتأثر بعوامل طبيعية من تضاريس و مناخ و رياح.

ثانيهما: اتجاه وظيفي متصل بالنشاط الاقتصادي و الاجتماعي، فهناك إقليم زراعي و آخر صناعي، و ثالث رعوي.

ثالثهما: اتجاه مكاني يحدد موقع الإقليم حسب مساحته الطبيعية، أو طبقا لحدوده الإدارية.

إن الإذاعة الإقليمية إذاعة تخاطب جماهير و مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة. فقد يفصل بين هذا الإقليم و الأقاليم الأخرى حاجز أو أكثر من حواجز اللغة أو الدين أو الحواجز العرقية و الحواجز الجغرافية مما يجعل كل إقليم إقليما مستقلا.[4] و بهذا المعنى يكون الإعلام الإقليمي نوعا من الإعلام المتخصص باهتمامات منطقة محافظة بذاتها إلى جانب تنوع المضمون المتخصص وفقا للاهتمامات البشرية، ذلك أن جمهور الأقاليم لم تعد تشبعه و لا تلبي احتياجاته المعالجات المحدودة أو العابرة التي تطالعه بها وسائل الإعلام القومية و غير قومية.[5]

و يعرفه "إبراهيم إمام": بأنه الإعلام الذي ينبثق في بيئة معينة و محددة، و يوجه إلى جماعة بعينها ترتبط ببعضها البعض في هذه البيئة، بحيث يصبح هذا الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس، و متصل بثقافة البيئة المحلية و ظروفها الواقعية، فهو بالتالي يصبح انعكاسا للتراث الثقافي، و القيم في هذه البيئة، و يعتمد اعتمادا كليا على كل ما في هذه البيئة من أفكار، بحيث تكون هذه الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف، و تصبح القيم الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و العادات و التقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب مضمون و محتوى الإعلام الإقليمي.[6]

---

(1) عبد القادر بن الشيخ ،في مفهوم الإعلام المحلي،مجلة الإذاعات العربية،عدد (2) ،تونس،1998.ص.19.
(2) طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص، ص. 69،70.
(3) إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية و ميدانية، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004، ص. 25.
(4) عبد المجيد شكري، الإذاعة المحلية لغة العصر، مرجع سابق، ص. 15.
(5) نوال محمد عمر، الإذاعات الإقليمية: دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، دار الفكر العربي، القاهرة، ص.48.
(6) إبراهيم عبد الله المسلمي، الاعلام الاقليمي:دراسة نظرية ميدانية،العربي للنشر و التوزيع،القاهرة ، 2004، ص.28.

1-4-مفهوم الإذاعة المركزية:

هي التي تبث برامجها من عاصمة الدولة، فهي الإذاعة القومية الرسمية الناطقة باسم تلك الدولة، و لها قوة البث ما يغطي الوطن كله، بل و يعبر صوتها حدود الدولة، فهي الوسيلة المعترف بها للاتصال و هي تقدم ما يهم غالبية المواطنين، و تهتم في برامجها بالكليات دون التفصيلات و تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم و وظائفهم و ثقافاتهم و تقاليدهم و هي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء قاعدة لما تقدمه فيكون ذلك عن طريق التعميم دون التخصيص.[1]

و يعد الاختلاف بين الإذاعات الوطنية و الإذاعات المحلية شائكا ، فعادة ما تحاكي المحطات المحلية اتجاهات المحطات الوطنية،لذلك قد تبدو التفرقة بينهما غير حقيقية إلا انه يمكن عرض أهم نقاط الاختلاف بينهما فيما يلي:[2]

بالنسبة لمحطات الإذاعة الوطنية:

-تركز على الأخبار الوطنية و الدولية.

-نطاقها الجغرافي و الارسالي وطني ودولي.

-بها مذيعون متخصصون و على درجة عالية من الخبرة.

-تتسم بالتدعيم الإخباري الجيد.

بالنسبة لمحطات الإذاعة المحلية:

- تركز على النواحي المحلية.
- نطاقها الجغرافي محدود.
- تتسم بمحدودية المصدر.
- تتسم بعدم استقرار العمل داخلها.

2- تجارب دولية:

2-1-الاذاعة المحلية في الولايات المتحدة الامريكية: إذا كان أصل فكرة الإذاعة المحلية، حسب الاستعمال الجاري حاليا و المتداول في الأدبيات يعود إلى بلدان أوربا الغربية فان الإذاعات المحلية كانت موجودة في الولايات المتحدة الأمريكية منذ البداية و كانت تعمل وفق المنطق التجاري و قد كانت تعطي أولوية عالية لجمع المعلومات و توزيعها على الجماعة المحلية، و كان أسلوب عملها فوريا و عاديا، و تستهدف بصفة مباشرة أسلوب حياة الفرد و اهتماماته ، و قد ارتبط مفهوم الإذاعة المحلية بعدة مفاهيم كإذاعة القرصنة و الإذاعة السرية و إذاعة حرب العصابات و الإذاعة الحرة و الإذاعة الخاصة و الإذاعات الجمعوية و الإذاعات التجارية.[3]

---

[1] عبد المجيد شكري، الاذاعة المحلية لغة العصر، مرجع سابق، ص.15.

[2] جون كلير،كيف نتعامل مع وسائل الإعلام ،ترجمة خالد العامري،دار الفاروق للنشر و التوزيع ،القاهرة،2000،ص.119،120 .

[3] خالد زعموم، الإذاعة في عصر الوسائط المتعددة من التخصص إلى القرب، مجلة الإذاعات العربية، عدد (02)، تونس، 2009،ص.1.

في حين يمكن تحديد الفترة التي شهدت حدوث ازدهار و تكاثر المحطات الإذاعية البديلة الخادمة للمجتمع المحلي في أوربا بأنها تلك الواقعة بين السبعينيات و الثمانينيات، و كانت الستينات في الولايات المتحدة الأمريكية هي قوة النمو بالنسبة لهذه المحطات، ففي عام 1927 صوت الكونغرس الأمريكي على قانون الإذاعة و تم بموجب هذا القانون إنشاء لجنة الإذاعة الفيدرالية التي انيطت بها مهمة إصدار التراخيص، ثم تم استبدالها بلجنة الاتصال الفيدرالية (FCC) عام 1934، و قد أدى هذا التدخل بهدف تنظيم الفوضى على موجات الأثير إلى نشوب معركة شرسة بين المحطات التجارية للحصول على التراخيص، فقد قررت لجنة الاتصال الفدرالية في 1941 تخصيص جزء من الطيف لمحطات الإذاعة المجتمعية و غير تجارية الأخرى.(1) و تعد الإذاعة المجتمعية، إذاعة خاصة لمجتمع محلي صغير، قوة بثها لا تتعدى حيا أو بلدة و لا تهتم برامجها بالشأن الخارجي، تهتم فقط بقضايا البلدة و مشكلاتها و هي تعد إذاعة تفاعلية تنموية غير ربحية و تتخصص عادة في حل المشكلات اليومية و البيئية لسكان منطقة البث، و تعتمد على مبدأ الخدمة العامة و التركيز على الهم المجتمعي في رقعة محلية محدودة.(2) و على الرغم من ذلك، فقد شهدت السبعينات تصاعدا دراميا في عدد المبادرات الإذاعة البديلة المدارة بواسطة متطوعين على نطاق صغير، و من الإنصاف القول بان الإذاعة البديلة في الولايات المتحدة الأمريكية استفادت من البداية من الأيديولوجية الليبرالية التي شكلت السياسات الإعلامية الأمريكية و جوهرها، الأمر الذي أدى إلى نشوء بيئة تنظيمية متفتحة و متساهلة مع المبادرات المجتمعية.(3) لقد احتلت فلسفة المحلية مكانها في السوق حيث كانت أساسية لحياة المجتمع المحلي قبل ازدياد الحضرية، و تجادلت أفكار الرأسمالية بالاتصال و بدا أن الحرية و السوق المفتوح هو الوضع المثالي للمواطنين ليبادلوا كل من البضائع التجارية و الأفكار السياسية، و تكون الإذاعة المحلية كأداة لتعزيز الديمقراطية المحلية التي يصبح المواطنين من خلالها على علم بالقضايا العامة ليكونوا قادرين على ممارسة واجباتهم المدنية، و تعكس سياسات المحلية بالولايات المتحدة هدفين مختلفين و مرتبطين في الوقت نفسه ، الأول هو دعم توفير خدمة الإذاعة المحلية في العديد من المجتمعات المحلية، و يتمثل الهدف الثاني في التأكد على أن يزود الإذاعيين المحليين مجتمعاتهم المحلية بالبرامج التي تشبع احتياجاتهم.(4)

إن ظهور الإذاعات المحلية في الولايات المتحدة الأمريكية لا يعني أنها لم تواجه تحديات و صعوبات، فقد قاومت المنظمات الإذاعية التجارية و العامة معا باستماتة وجود الإذاعة المحلية على موجات الهواء، و سعيا لمقاومة هذه الهجمات تم إنشاء الاتحاد القومي للمنظمات الإذاعية المجتمعية (The National Fédération of Community Broad Casters.) سنة 1975 للدفاع عن مصالح المحطات الإذاعية الأمريكية المحلية، و بالفعل ظهرت إذاعات محلية كثيرة غير حاصلة على تراخيص في الثمانينات و التسعينات و

(1) اولجا جوديس بيلي، بارت كميرتس، نيكو كاربنتير، مرجع سابق،ص. 90.
(2) مروة بني هذيل، الإذاعات..أكثر وسائل الإعلام تأثيرا في الجمهور : . http://ainnews.net/102907.html
(3) اولجا جوديس بيلين بارت كاميرتس، نيكو كاربنتير، مرجع سابق، ص. 91.
(4) طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص. 143.

من أبرزها إذاعة التحرير الأسود (1985) و الإذاعة الحرة (1993)، و بسبب قيام لجنة الاتصال الفيدرالية بفرض غرامات عليها و الاستيلاء على معداتها، وجد معظم هذه المحطات الصغيرة صعوبة في الاستمرار في أنشطتها، و في عام 1996، ثم تأسيس ائتلاف الإذاعة الشعبية و هو اتحاد لمواجهة الطابع التجاري المتزايد، و في نهاية التسعينات تنامي الضغط الجماهيري في الشوارع تأييدا لمحطات القدرة المنخفضة المستخدمة لتردد (FM).[1] و هي تحول نحو استخدام محطات الراديو منخفض القوة (Low Power Statues) و تعتبر محطات تخاطب جماعات صغيرة أو عدد محدود من الأفراد، في نطاق إرسال محدود للغاية لا يتعدى قرية صغيرة أو حي سكني و لا تعتمد هذه الإذاعات على توصيلات الكابلات، بل تستخدم موجات الهواء العادية، هو مفهوم جديد للإذاعة يعتمد على الإذاعات المحدودة أو الضيقة.[2]

ونتيجة لتكتيكات الكونغرس التعويقية استجابة لضغوط و تأثير المنظمات الإذاعية التجارية الكبيرة و التي خشيت منافسة هذه المحطات لها، ثم منح عدد محدود جدا من التراخيص، و واصل كثيرا من المحطات الصغيرة بثها الإذاعي بصورة غير قانونية و لكنها عانت من قمع الشرطة و لجنة الاتصال الفيدرالية، فعلى سبيل المثال تمت مداهمة راديو "تحرير سان فرانسيسكو" في أكتوبر 2003 بعد انتقادها حرب إدارة الرئيس " جورج بوش" في العراق، و تم إغلاق "فري راديو سانتا كروز" في أكتوبر 2004.[3]

و لقد تطورت الإذاعة المحلية في الولايات المتحدة الأمريكية نتيجة عدة عوامل أهمها مايلي:[4]

– طبيعة التركيبة الاجتماعية و السياسية و الثقافية للمجتمع الأمريكي، و طريقة تفكيره التي يغلب عليها الطابع المحلي الضيق من حيث الاهتمام بكل ما له علاقة مباشرة بما يحدث في حدود منطقة جغرافية معينة.

– ثقافة الجمهور الأمريكي التي تعد ثقافة محلية تأخذ مصدرها من اهتماماته و مصالحه المرتبطة بجغرافية المكان و الزمان، فدلالية المكان مهمة جدا في استقرار النسق الاجتماعي، و الإذاعة المحلية تمثل أداة أساسية في تشريفهم الانتماء إلى المكان و ثقافة التضامن بين مختلف أفراد المنطقة.

– معظم تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في بث البرامج الإذاعية المحلية و القرب ظهرت و تطورت في الولايات المتحدة الأمريكية، و قد يعود السبب إلى الحاجة الملحة لتوظيفها لخدمة السياسات و الاشباعات السياسية و الإعلامية و الثقافية المحلية، و استجابة لرغبات الجمهور المحلي.

2–2–الاذاعة المحلية في بريطانيا:أما المملكة المتحدة فقد عرفت الإذاعة المحلية و التي بدأت في 08 نوفمبر 1967، بإذاعة "ليستر المحلية" ثم أصبحت ثمان(08) محطات محلية سنة 1969، ثم عشرين سنة 1973 ثم تضاعف عدد تلك المحطات سواء ما كان منها تابعا لهيئة الاذاعة البريطانية أو الإذاعة المستقلة.[5] و في هذا السياق و بالرغم من أن النقاش كان موجودا في الخمسينات منذ القرن الماضي حول مسألة الإذاعة المحلية

(1) اولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيكو كاربنتير ، مرجع سابق، ص. 91.
(2) حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات،الدار المصرية اللبنانية،الطبعة الأولى،القاهرة،1993،ص.247.
(3) اولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيكو كاربنتير ، مرجع سابق، ص،93.
(4) خالد زعموم، مرجع سابق، ص،ص. 27،28.
(5) عبد المجيد شكري، الاذاعة المحلية لغة العصر، مرجع سابق، ص،18.

فان المسؤولين على الاذاعة كانوا ينظرون نظرة ازدراء و تعال إلى التجربة الأمريكية في هذا المجال و التي تتلخص في إعطاء الجمهور ما يريده، رغم حاجة الشباب إلى التجديد فان هيئة الاذاعة البريطانية رفضت الاستجابة لتلبية تلك الحاجات.(1) و تعرضت هيمنة المحطة الإذاعية العامة للتحدي في بادئ الأمر من جانب المحطات الإذاعية القرصانة التي كانت تبث إرسالها من السفن البحرية التي كانت راسية خارج المياه الإقليمية، و بعد فترة قصيرة من النجاح استمرت من 1964 الى 1968، ثم اغلاقها جميعا عقب التصويت على قانون المخالفات البحرية و الإذاعية عام 1967.(2) ففي عام 1962 قدم تقرير (Kington) توصية بأن تقوم هيئة الإذاعة البريطانية بنشر إذاعات صوتية محلية على أساس خدمة واحدة في حوالي مائتي و خمسين مجتمع محلي.(3) فبالإضافة إلى تجربة هيئة الإذاعة البريطانية مع المحطات المحلية كان قانون الإذاعة الصوتية لسنة 1972 قد سمح نظريا للمحطات المجتمعية بالوجود و لكن في إطار تنظيم شديد الصرامة، و في سنة 1983 تم تأسيس جمعية الإذاعة المجتمعية (CRA) لتمثيل المحطات الإذاعية البديلة التي تخدم مجتمعات محلية.(4)

لقد شهدت الإذاعة المحلية في بريطانيا نهضة بدأت في الثمانينات، حيث ازدادت أعداد المحطات المحلية الجديدة، كما أخذت محطات الإذاعة المحلية المستقلة تدمج في مجموعات إقليمية أقوى.(5) ففي سنة 1997 غيرت الجمعية اسمها إلى جمعية الإعلام المجتمعي (CMA) لاستيعاب المبادرات التلفزيونية التي تخدم مجتمعات محلية، و يمكن اعتبار قانون الاتصال لسنة 2003 و قانون الإذاعة المجتمعية لسنة 2004 نقطتي تحول في تاريخ الإذاعة البديلة في المملكة المتحدة، و بدأت هيمنة تنظيم الإعلام (اوفكوم OFCOM) في منح ترخيص كامل لمحطات الإذاعة البديلة التي تخدم مجتمعات محلية في مارس 2005، و بعد ذلك في جويلية 2006 ثم منح تراخيص لمائة و سبعة(107) محطة إذاعية بديلة في المملكة المتحدة.(6) إضافة إلى أربع خدمات قومية، و أربع إقليمية، و ثلاثين(30) إذاعة محلية تديرهم هيئة الإذاعات البريطانية، بالإضافة إلى ثلاثة و عشرين(23) امتيازا لمحطات راديو محلية لجماهير خاصة مثل الجماعات العرقية في عام 1990.(7)

تتولى هيئة الإذاعة البريطانية في 2011 بث ثماني (08) محطات تلفزيونية وطنية بالإضافة إلى برمجة التغطية الإقليمية لها، هذا فضلا عن عشرة (10) اذاعات وطنية و أربعون (40) إذاعة محلية و موقع الكتروني واسع الانتشار، و بذلك تشمل خدمات هيئة الإذاعة البريطانية العالمية البث الإذاعي و التلفزيوني و البث عبر الانترنيت لتوفير الأخبار و المعلومات باثنين و ثلاثين لغة.(8)

(1) السعيد بومعيزة، الإذاعات المحلية من المعارضة إلى المشاركة الديمقراطية، مجلة الإذاعات العربية، عدد (1)، تونس، 2009، ص،ص، 21،22
(2) اولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيكو كاربنتير ، مرجع سابق، ص. 93.
(3) طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص، 170.
(4) اولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيكو كاربنتير ، مرجع سابق، ص.94
(5) طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص.170.
(6) اولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيكو كاربنتير ، مرجع سابق، ص.94
(7) طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص.171.
(8) موقع انترنيت:
Tadreeb.twofout 54.com.

2-3- الاذاعة المحلية في فرنسا: كانت نقطة الانعطاف الحقيقية في تاريخ الإذاعات المحلية من الناحية النظرية في فرنسا سنة 1936، حيث أصدرت الحكومة الفرنسية قرارا حدد سياستها حيال الأنباء المذاعة، و قد تركت للجمعيات و الجماعات المحلية مسؤولية إعداد البرامج ذات الطبيعة المحلية الإقليمية، و عندما حرفت اللجان المحلية عملها بتشويه الأخبار لخدمة مصالحهم، و مرشحيهم، أصدرت هيئة البريد قرار يحضر تقديم أخبار محلية على المحطات، و لم ترجع هذه الإذاعات إلا في مارس 1945 و تشكيل هيئة الراديو و التلفزيون الفرنسية.(Radio diffusion et télévision Française.،RTF)، و في 05 ديسمبر 1975، بدأت محطات راديو محلية تملكها الدولة في العمل، و في سنة 1976، بدأت ثلاثة عشرة (13) محطة محلية إضافية في العمل، ثم ثلاثة (03) أخرى إضافية سـنة 1977 [1]

أما من الناحية العملية فان تاريخ ظهور الإذاعات المحلية في مرحلة ما بين "المايين"(نسبة إلى شهر ماي)، ماي 1968 و ماي 1981، حيث جسدت الأولى في "الإذاعة الخضراء" أو (Radio Verte) في 13 ماي 1977، و منشطوها من الحركة الايكولوجية، ثم ما لبثت أن تضاعفت الإذاعات المحلية بشكل مذهل على يدي جمعيات و حركات متنوعة التوجهات الأيديولوجية، و قد كانت هذه الإذاعات عرضة لمداهمات الشرطة و المصادرة و التشويش و حتى المتابعة القضائية، و مع عودة الاشتراكيين إلى الحكم صدر قانون 1981/11/09 يسمح بإنشاء الإذاعات المحلية الخاصة.[2] و في فرنسا توجد (1758) محطة إذاعية محلية، هدفها الأول مخاطبة جماهيرها قبل الشبكات العامة ، و الوصول إلى عدد كبير من الناس.[3]

2-4- الاذاعة المحلية في ايطاليا: ظهرت الإذاعات الحرة في ايطاليا منتهزة الغموض في القانون الخاص باحتكار الاتصالات اللاسلكية الذي ينطبق على البرامج الإذاعية و التلفزية ذات البعد الوطني فقط، و عليه ظهرت إذاعة حرة (سرية) بإيطاليا مع نهاية الستينات من القرن الماضي، أولاها كانت تلك المحطة التي كانت تدافع على سكان مدينة (Belia) بصقلية، و كان من بين أهدافها كشف المظالم التي كان يعاني منها سكان هذه المدينة في الفضاء العام، و تكاثر هذا النوع من الإذاعات في كامل التراب الايطالي، و سارعت الحكومة الايطالية إلى إصدار قانون بتاريخ 28 جويلية 1976.[4] يرخص إنشاء المحطات الإذاعية المحلية، و بلغ عددها في سنة 1977 حوالي (2000) محطة، و امتلكت سنة 1982 ما يقارب (1200) محطة إذاعية محلية، و سرعان ما زاد عددها حاليا ليصل أربعة ألاف (4000) محطة.[5]

لقد تنافست كل من ألمانيا، السويد، النرويج، فرنسا، بلجيكا و غيرها على إنشاء الإذاعات المحلية، و قد بلغ عددها في بلجيكا ما يزيد عن (250) محطة.[6] و عن العوامل التي أدت إلى ظهور الإذاعات المحلية

---

(1) إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق،ص.82.
(2) السعيد بومعيزة،مرجع سابق،ص.22.
(3) إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق،ص.83
(4) السعيد بومعيزة،مرجع سابق،ص.22.
(5) إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق،ص.83.
(6) عبد المجيد شكري،الاذاعة المحلية لغة العصر،مرجع سابق،ص.21.

في بلدان أوربا، يمكن الإشارة إلى ثلاثة عوامل تمكننا من فهم طبيعة الإذاعة المحلية و العوامل التي أدت إلى شرعيتها و انتشارها في مختلف بلدان العالم:[1]

– كانت هناك تحولات ثقافية مع أوائل الستينات من القرن الماضي في المجتمع البريطاني ، من مظاهرها مطالبة الجيل الجديد من الشباب بالموسيقى الشعبية، ذلك أنهم أصبحوا أكثر استقلالية ماليا و أصبحت قدرتهم الشرائية معتبرة و تحرروا من قيود العائلة. و كانت الإذاعة الوسيلة الأكثر انتشارا و غير مكلفة لنشر الموسيقى إلى جمهور عريض، و كانت في موقع مثالي لتلبية هذا المطلب.

–تعتبر أحداث ماي 1968 بفرنسا من بين العوامل الحاسمة في ظهور الإذاعة المحلية بفرنسا ، إذ انه أثناء تلك الأحداث تولد وعي قوي بدور الإعلام في التلقين الأيديولوجي، و تشكلت مجموعات تفكير داخل بعض المجالات و التنظيمات السياسية و رسمت لنفسها هدفا يتمثل في محاولة فهم أجهزة الإعلام و تحليلها و شرح طريقة عملها. و على ضوء النقاشات توصلت تلك المجموعات إلى قناعة مفادها : أن الإذاعة هي الوسيط البديل بدون منازع.

– تنامي نقد مستتير منذ السبعينات من القرن الماضي تجاه ممارسة المؤسسات الإذاعية في البلدان الغربية التابعة للقطاع العمومي أساسا.

و بشكل عام و خاصة في البلدان ذات تقليد الخدمة العامة القوي، تعتبر الإذاعة البديلة مجالا إعلاميا متميزا و معترفا به يكمل المنظمات الإذاعية العامة و التجارية، و في البلدان ذات التقليد الليبرالي كالولايات المتحدة الأمريكية يوجد للإذاعة المحلية تاريخ أطول، لكن ذلك لا يعني انه لم يكن هناك نضال أو صراع حول الحق في الاتصال و على عكس المنظمات الأخيرة، تتمتع حركات الإذاعة المحلية بقدرة محدودة على ممارسة الضغط و التأثير على صناع القرار و عادة ما ينظر لها على أنها أطراف غير محترفة داخل المجتمع الإذاعي، و في أحيان كثيرة تستخدم حجة ندرة و شح الطيف و تداخل ترددات (FM) ضدها، و قد نتج عن ذلك تاريخ مضطرب من الصراع في كل من أوربا و الولايات المتحدة الأمريكية.[2]

2–5– الاذاعة المحلية في الهند: يعد المجتمع الهندي مجتمعا شديد التعقيد، فالهند سابع أكبر دولة بالعالم من حيث المساحة، تحتوي عل ما يزيد عن ستمائة ألف قرية، و سكانيا هي ثاني أكبر دولة في العالم و تمتاز بتنوع ثقافي و لغوي و ديني هائل فعلى سبيل المثال تم حصر ألف و تسعمائة و اثنين و خمسين (1952) لغة أم، و يعترف الدستور الهندي بستة عشر لغة.[3] لقد أدخلت بريطانيا الراديو في الهند عام 1924 من خلال "نوادي الراديو الخاصة" و بعد فشل التجربة و في عام 1935 تولى "ليونال فيلدان"

(1) السعيد بومعيزة،مرجع سابق،ص. 21.
(2) اولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيكو كاربنتير ، مرجع سابق، ص، ص، 99، 100.
(3) طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص، ص. 190،194.

(Lionel Feilden) من هيئة الإذاعة البريطانية ما يسمى خدمة إذاعة دولة الهند و الذي أصبح أول مدير لما يعرف باسم راديو عموم الهند (ALL INDIAN Radio) عام 1936، و تعد إذاعة عموم الهند واحدة من أكبر شركات الراديو في العالم[1] فحتى سنة1951 كان يوجد ستة (6) محطات راديو و عشرة أجهزة إرسال، و في عام 1977 تأكد وجود حوالي (84) محطة و خمسة عشر(15) جهاز إرسال إذاعي ، يذيع بخمس و ثلاثين لغة و مائة و سبعة وثلاثين (137) لهجة، و لدى الهند في الوقت الحاضر شبكة واسعة من الإذاعات ، فهناك المركز الرئيسي في "نيو دلهي" و فروع في كل أنحاء القطر، حيث تذيع كل محطة باللغة الإقليمية، إلا أن هناك ضغوطا متصارعة على وقت الإذاعة المحدود و المحطات، لذلك لا يستطيع راديو عموم الهند أن يعطي الانتباه الكافي في كل الأقاليم و الجماعات المختلفة و كل اللغات و اللهجات، فمحطة الراديو في ولاية "هيم شل برادتش" مثلا مطالبة بأن تخدم أقاليم جبلية متسعة تتحدث ثمانية و ثلاثين لهجة (38) محلية، إن صعوبات راديو الهند مضاعفة فخدمته الداخلية عليها أن تقدم برامجها لتسع عشرة (19) لغة رئيسية و مائة و خمس ثلاثين (135) لهجة قبلية و إقليمية، فوسائل الإعلام المحلية بالهند مقيدة بثلاث خصائص رئيسية تتمثل في الاقتصاد المتخلف، و الاحتكار الحكومي و التقسيم الطبقي الاجتماعي الذي يزيد من معاناة هذه المحطات.[2] و توجد في الهند حاليا مائتين و واحد و ثلاثين (231) محطة اذاعية، تعمل كمكاتب تابعة لراديو عموم الهند.[3]

2-6- الاذاعة المحلية في مصر**:**عرفت مصر محطات الراديو في العشرينيات من القرن العشرين و تحديدا بعد إنشاء أول محطة إذاعية منتظمة في العالم بحوالي خمس سنوات، و كانت هذه المحطات أول الأمر ملكا لبعض الأفراد و كانت ضعيفة فنيا و ماديا و تعتمد في تمويلها على الإعلانات التجارية، كما كانت برامجها في معظمها ترفيهية و منخفضة المستوى.[4] و لقد مرت الإذاعة المصرية بعدة مراحل يمكن إيجازها كمايلي:[5]

-مرحلة المحطات الأهلية: حيث كانت معظم المحطات ترتكز في مدينتي القاهرة و الإسكندرية، و تذيع باللغة العربية، كما أن معظم أصحابها من التجار الذين يرغبون في ترويج بضاعتهم.

-مرحلة التدخل الحكومي و إلغاء المحطات الأهلية: في 25 افريل 1932 عرض وزير الموصلات مشروعا يقضي باحتكار الحكومة حق إنشاء محطات الإذاعة اللاسلكية في جميع أنحاء القطر، على أن

---

[1] en.wikipedia.org.

[2] طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص، ص.190،194.

[3] india.gov.in.

[4] طارق سيد احمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية،القاهرة، 2008، ص.38.

[5] عاطف عدلي العبد، الاذاعة و التلفزيون في مصر: الماضي و الحاضر و الآفاق المستقبلية، مرجع سابق، ص،ص.80،84.

يعهد إلى إحدى الشركات الخبيرة بإدارتها لمدة معينة، ريثما يتم تدريب المصريين على القيام بهذا العمل. و بالفعل بدأت الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية في تمام الساعة الخامسة و النصف من مساء يوم 31 ماي 1934.

-مرحلة تمصير الإذاعة (1947-1952): تعتبر هذه المرحلة فترة انتقالية من مرحلة التكوين و النشأة إلى مرحلة الاستقرار و التطور المنتظم المطرد، فبعد أن فسخ عقد شركة "ماركو ني" البريطانية في 4 مارس 1947 بسبب عدم جلاء القوات البريطانية عن قناة السويس و الخلاف بين الحكومة المصرية و شركة ماركوني البريطانية على سياسة الأخبار في الإذاعة، تم تشكيل لجنة استلام الإذاعة من شركة "ماركوني" و إنشاء مجلس إدارة لإدارتها.

-مرحلة الإذاعة خلال الفترة (1952-1980): فمن خلال ميكرفون الإذاعة المصرية عرف المصريون أن الثورة قامت لتطيح بالنظام الملكي، و عندما أنشأت وزارة الإرشاد القومي في نوفمبر1952 ضمت الإذاعة إليها ثم انتقل الإشراف لرئاسة الجمهورية عام 1958، و في نوفمبر 1961 اعتبرت إذاعة الجمهورية المتحدة من المؤسسات العامة ذات الطابع الاقتصادي إلى أن تم ضمها مرة أخرى إلى وزارة الثقافة و الإرشاد عام 1963.[1] و في سنة 1970 تقرر إنشاء اتحاد الإذاعة و التلفزيون يتولى شؤون الإذاعة المسموعة و المرئية في الجمهورية العربية المتحدة.

-مرحلة الشبكات الإذاعية و السيادة الإعلامية: و في سنة 1981 تم تطبيق نظام فني متخصص عرف بنظام الشبكات الإذاعية و بمقتضاه أصبحت الإذاعة المصرية تتكون من سبعة شبكات.[2]

و في أفريل 1981 لم يكن في مصر سوى إذاعة إقليمية (محلية) و هي إذاعة الإسكندرية، ثم بدأت الإذاعات المحلية و الإقليمية الأخرى في الظهور تباعا وهي:[3]

-إذاعة القاهرة الكبرى و تأسست في 1981/04/01.

-إذاعة وسط الدلتا و تأسست في 1982/07/22.

-إذاعة شمال الصعيد و تأسست في 1983/05/13.

-إذاعة القناة و تأسست في 1988/10/25.

إذاعة الواد الجديد و تأسست في 1990/06/01.

إذاعة مطروح و تأسست في 1991/05/31.

-إذاعة جنوب الصعيد و تأسست في 1995/05/31.

و بلغ إجمالي إرسال الشبكة الإذاعات الإقليمية خلال عام 2000 ما حجمه (66818) ساعة و (3) دقائق و تمثل 50% من جملة ساعات الإرسال الإذاعي و بمتوسط يومي (182) ساعة و(34) دقيقة موزعة على المنوعات البرامجية كما يلي: البرامج الترفيهية 33.70%، الثقافية 23.55%، الخدمات و التوعية 10.89 %

---

[1] طارق سيد احمد الخليفي، مرجع سابق ، ص.30.

[2] عاطف عدلي العبد، الإذاعة والتلفزيون في مصر، الماضي و الحاضر و الآفاق المستقبلية، مرجع سابق ، ص.143.

[3] طارق سيد احمد،الاعلام المحلي و قضايا المجتمع ،مرجع سابق،ص.240.

الدينية 10.66 %، السياسية 7.43 %، الطوائف 7.23 %، الدراما 3.36 %، التعليمية 2.84 %، الإعلامية 0.25 %، الإعلانات التجارية 0.4 % .

3-خصائص الاذاعات المحلية و اسباب انتشارها:

تعتبر قاعدة القرب مقوم أساسي بالنسبة للإذاعة المحلية، و القرب هو كل ما يجري من أحداث على أرض المستمع و وطنه و رقعته الجغرافية أو في المناطق القريبة منه جغرافيا و سياسيا.[(1)] فالأفراد يطلقون على "ما هو قريب منهم" أحكاما قيمية تميز بين ما هو مهم بالنسبة لهم و ما هو غير ذلك، و لذلك فتصور العلاقة القريبة أو الجوارية هو تصور تنظيمي يحيل على صلات اجتماعية و علائقية.[(2)]

و لأنه و إلى وقت قريب كان توظيف مصطلح المحلي غالبا ما يقترن و بصفة آلية بالجهوي، أي بمفهوم نابع من تصور "تنظيمي-إداري" سواء كان محافظة، ولاية أو إقليم.[(3)] إلا أن القرب لا يتعلق بالبعد المحلي أو غير محلي، بل بطبيعة و معنى و حدود شدة هذه العلاقات النوعية و الذاتية، فيستخدم المصطلح أيضا للإشارة إلى العلاقة الخاصة (اللغوية، الثقافية، الدينية، الأيديولوجية، التجارية) التي يشعر بها و يعيشها المتلقي، و لذلك لا يمكن النظر إلى الجوارية من زاوية واحدة، فالجوار لا يعني بالضرورة الشعور بالقرب، و لكي يتحول القرب الجسدي أو الزماني إلى قرب محسوس يجب أن يستكمل بعلاقات أخرى (أسرية، دينية، تنظيمية، مؤسساتية و ثقافية).[(4)]

و تحدد (Isabelle Paillard) قاعدة القرب بأن علاقة وسائل الإعلام بمكان ما هي علاقة بالحدود الجغرافية للوطن قبل كل شيء ، لذلك وجب على الإذاعة أن تتناول الأحداث و المواضيع القريبة من المواطن، و بما أن الإنسان ميال إلى معرفة كل ما يحيط به أكثر من ميله إلى معرفة الأشياء البعيدة عنه، كانت الحاجة أكيدة إلى إعلام قريب يهتم بمشاكل المستمع، و تتجلى قاعدة القرب من خلال الأبعاد الآتية:[(5)]

-القرب الجغرافي: كلما كان الموضوع يتعلق بأخبار إطارها الجغرافي قريب من المستمع كلما كانت تشده أكثر.

-القرب الزمني: كلما كان نشر الموضوع قريبا من موعد وقوعه استقطب عددا أكبر من المستمعين و أحدث وقعا أعمق.

-القرب العاطفي: مثلما يهتم المستمع بما يحدث حوله أو بالقرب منه فانه يهتم بالأشخاص الذين يعرفهم و الذين تربطهم به علاقة إنسانية.

-القرب الثقافي أو المهني أو الاجتماعي: يبحث المستمع عن الأخبار التي تهم الأشخاص الذين ينتمون إلى بيئته أو مستواه الثقافي أو المهني لأنها تعكس وضعه و مشاغله.

---

(1) عبد الرزاق حمامي، اذاعة القرب: ممارسات مهنية، مجلة الاذاعات العربية، عدد(1)، تونس، 2005، ص. 85.
(2) فضيل دليو، الصحافة الجوارية: من جغرافيا المسافات إلى جغرافيا العلاقات، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة قسنطينة، عدد(10)، سبتمبر 2010، ص. 250.
(3) عبد القادر بن الشيخ، في مفهوم المحلي، مرجع سابق، ص. 19.
(4) فضيل دليو، الصحافة الجوارية: من جغرافيا المسافات إلى جغرافيا العلاقات، مرجع سابق، ص. 250.
(5) عبد الرزاق حمامي، مرجع سابق، ص. 86.

-القرب في الحياة اليومية: و يتمثل في أن تتناول الإذاعة المسائل التي تهم الحياة اليومية للمستمع أو التي تحدث انعكاسا على حياته اليومية (الأجور، السكن، النقل).

-القرب إعلاميا: يقول (Ken Metzeler) " تملي علينا الطبيعة الإنسانية أن نعتني بالأشياء القريبة أكثر من عنايتنا بالأشياء البعيدة عنا"، لذلك كان من أبرز وظائف الإذاعة المحلية في المجتمع إعلام المستمعين بعادات الشعب الواحد و مشاغله و انجازاته و أفراحه.

أما عن أسباب انتشار الإذاعات المحلية فيمكن إرجاعه إلى العوامل الآتية:[1]

-العامل الجغرافي: يعد أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي لأي دولة، فحجم و شكل الأرض في أي منطقة أو دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي، حيث لا تستطيع أحيانا الإذاعة المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة و لا يمكنها أيضا أن تلبي احتياجاتها.

-عامل اللغة: حيث تعتبر اللغة أحد العوامل التي تؤثر على الأنظمة الإذاعية، إذ أن تعدد اللغات و اللهجات داخل الدولة الواحدة قد يشكل عائقا أمام الإذاعة في بعض الأحيان، و هذا يؤكد الحاجة إلى اذاعات محلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.

-التحفيز على المشاركة في عمليات التنمية: تمثل التنمية بكافة أبعادها أحد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية، من أجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث أن الدول النامية لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية دون أن تولي اهتماما بأفرادها في مجتمعاتهم المحلية، و في ضوء احتياجات و مكونات تلك المجتمعات.

-تطوير التقنية التكنولوجية: حيث حرر اكتشاف الرقائق الالكترونية الصغيرة الإذاعة من سيطرة الأجهزة الضخمة التي يصعب نقلها إلى السيارة، أو الشوارع، فالمذياع يستطيع أن يكون المرافق الثابت لأكثر المستمعين خلال ممارستهم لنشاطاتهم الحياتية المختلفة[2]. كما عززت تكنولوجيا التوزيع المتقدمة كالألياف البصرية و الأقمار الصناعية الزيادة المثيرة في خدمات الراديو عبر خدمة البث المباشر.[3]

-العوامل الثقافية: إن التنوع الثقافي من شأنه أن يلعب دورا كبيرا في الاتجاه نحو اللامركزية رغم ما قد يحمله ذلك من تكلفة اقتصادية باهظة، فهناك العديد من الدول نجد فيها ثقافات مختلفة مما يستوجب على الدولة مراعاة ذلك بإنشاء العديد من الإذاعات المحلية لتحقيق رغبات كل مجتمع.[4]

-العوامل الاجتماعية و السياسية: لقد كان الدافع المعاصر لمعظم المبادرات في الراديو المحلي يمثل خبرة سلبية لمعاناة وسائل الإعلام من جانب العديد من الجماعات السياسية و الاجتماعية المهمشة و لقد كان ذلك في بريطانيا التي تعتبر واحدة من أولى المحاولات للامركزية إذاعتها، و في أجزاء أخرى من أوربا فإن الاتجاه نحو إنشاء اذاعات محلية كان له بداية متماثلة تمثلت في إجازة متأنية تستجيب للضغوط من أجل الاقتراب أو النفاذ و إيجاد وسائل تعكس التعددية الاجتماعية.[5]

---

[1] منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، مرجع سابق، ص، ص. 163، 164.

[2] كار هوسمان و آخرون، الإنتاج الإذاعي المعاصر: البرمجة و الأداء، ترجمة احمد نوري، دار الكتاب الجامعي، الطبعة الأولى، الإمارات العربية المتحدة، 2005، ص. 23.

[3] طارق سيد احمد، مرجع سابق، ص.89.

[4] نفس المرجع، ص.91.

[5] نفس المرجع ، ص،ص. 93، 94.

4-دور الاذاعات المحلية في المجتمع:

يمكن رصد أهم الأدوار التي تقوم بها الإذاعات المحلية في المجتمع مع مراعاة السياقات الاجتماعية و السياسية و الفلسفية لكل بلد كما يلي:[1]

-تعد أداة أساسية في عملية التنمية المحلية و فتح مجالات المشاركة السياسية و الاجتماعية و تطبيق الحكم الراشد.

-تعد من أهم وسائل الدفاع عن الخصوصيات الثقافية و الحضارية و الفنية و الإبداعية المحلية و حمايتها من طوفان ثقافة العولمة.

-حماية الحقوق الثقافية للأقليات المنتشرة في مختلف أرجاء العالم.

-حماية اللغات و اللهجات المحلية المهددة بالانقراض.

-أضحت أداة أساسية في تكريس قيم المشاركة الديمقراطية المحلية و خلق فضاءات الحوار و التواصل و التضامن المحلي.

و هناك من يرى بان دورها في المجتمع يتمثل في أنها:[2]

-تعتبر آلية من آليات التغيير الاجتماعي المنظم على الصعيد المحلي.

-تعتبر الإذاعات المحلية كأداة للتعبير عن انشغالات حقيقية لم تكن الإذاعات المركزية تعيرها الاهتمام.

-تعد وسيلة للمشاركة و التفاعل الاجتماعي.

و هناك من يضيف بأنها:[3]

-تجعل من المواطن و المسؤول شريكين في تحقيق رغبة ذات مصلحة و فائدة.

و يضيف عبد المجيد شكري المهام الآتية:[4]

-تقديم الخدمات المختلفة للمجتمع المحلي، و تحقيق رغبة الناس في المشاركة و التعبير عن أنفسهم و التعبير عن طريق ممارستهم لحق الاتصال.

-حق كل مواطن في التعبير عن نفسه، و كذا حقه في نصيب عادل من إعلام بلده و الذي تمثله الإذاعة المحلية في منطقته.

-حق كل مواطن أن يثقف و أن يرفه عن نفسه و أن تؤدى له الخدمات الإعلامية التي تيسر له حياته، بالإضافة إلى البرامج الخاصة بحل مشاكل الجماهير الخاصة و العامة، و إطلاق حرية التعبير من خلال برامج الإفضاء، أي إتاحة الفرصة لكل مواطن للإدلاء بما عنده، و التعبير عن أرائه في كافة القضايا التي تفرض نفسها.

---

(1) خالد زغموم، الاذاعة في عصر الوسائط المتعددة من التخصص إلى القرب، مرجع سابق، ص، ص. 30، 33.
(2) السعيد بومعيزة، مرجع سابق، ص،ص. 25،23.
(3) محمد الامين مواقي، الإذاعات المحلية: الفضاء الآخر، مجلة الإذاعات العربية، عدد (02)، تونس، 1998، ص.28.
(4) عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية: لغة العصر، مرجع سابق، ص.11.

-تعمل الإذاعات المحلية على بلورة و اكتشاف المواهب في المجتمع و في شتى المناحي.
-تنشط و تحرك المنظمات و الجمعيات الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية المحلية.
-المساهمة في حملات محو الأمية، و مساعدة مؤسسات التعليم و قطاعات الفلاحة و الصحة و غيرها.
-توجه المجتمع المحلي نحو الاتصال بالمجتمع قصد توثيق الروابط و إحكام التماسك بين الأفراد و الجماعات المحلية و بين الجماعات الإقليمية المجاورة.
-تنشط دور مراكز الثقافة و الطقوس الدينية و تدعيم القيم الأخلاقية و الاجتماعية و العناية بتسجيل و دراسة و تحليل و مناقشة و بث جميع الفنون و الآداب الشعبية المحلية و فتح الأبواب أمام مبادرات الشباب المحلي.

كما تعمل الإذاعة المحلية على خدمة المجتمع المحلي و الدفاع عن المصالح الاستيطانية لبناء هذا المجتمع. فدار الإذاعة المحلية مفتوحة دائما لاستقبال جماهير المستمعين الذين يشاركون في البرامج، و تتحقق فيه بصورة أكثر وضوحا عمليات المشاركة و يعبرون عن أرائهم و أفكارهم في كل وقت كما انه من خلال الإذاعة المحلية يمكن:[1]

-التعرف على الاحتياجات المحلية و العمل على تعريف الناس بها.
-تكييف البرامج المذاعة بحيث تتفق مع ردود الفعل المحلية و تتناسب مع البيئة الأم.
-تحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي و الإعلام الإذاعي فيقوم العمل الميداني المضمون الإذاعي، و تضفي الإذاعة شرعية على العمل الميداني.
-تفسير القضايا المحلية للجمهور و تشجيع أفراده على التعبير عن أنفسهم حول مستقبلهم و مجتمعهم.
-المحافظة على الثقافة المحلية و تطويرها.

في الأخير فإنه لايمكننا حصر جميع أدوار الإذاعة المحلية التي ما فتأت تتوسع و تكبر بكبر الرهانات الاستراتيجية الموكلة لها نتيجة تعقد أجزاء المجتمع ،وأصبحت بذلك أحد الروافد الأساسية للاتصال المؤسساتي في أي بلد.

[1] عصام أنيس عبد الحميد زكي، الوسائل المسموعة و المرئية- النشأة و التطور- تجربة الإعلام المعاصر، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الاولى ، مصر، 2004، ص. 143.

5- تجربة الإذاعات المحلية في الجزائر:

لقد كانت بداية البث الجهوي، ببرنامج "مغرب الشعوب" في الفترة ما بعد البث المركزي و لمدة ستة ساعات من وهران و في نفس الإطار أعطيت فترة بث جهوي لقسنطينة و بنفس الحجم الزمني، و كان ذلك في نهاية 1975، ففي الجزائر المستقلة لم تظهر الإذاعة المحلية إلا في سنوات متأخرة و ذلك للعوائق القانونية و السياسية على الرغم من وجود عدة مجتمعات محلية متمايزة في اللغات و التقاليد و اللهجات.(1)

إن الجزائر و منذ إقرار التعددية الحزبية في بداية التسعينات من القرن الماضي، رافقتها تعددية إعلامية و انفتاح على حرية التعبير، و عرفت حركية كبيرة في مجال الإعلام بشتى أنواعه خاصة المقروء و المسموع، فظهرت إلى الوجود العديد من الصحف و المجلات المتخصصة في الكتابة باللغتين العربية و الفرنسية في العديد من المجالات السياسية و الاقتصادية، الاجتماعية، التربوية، و الشبابية و الرياضية...الخ. و بعناوين مختلفة يقارب عددها حاليا أكثر من ثمانين (80) نوعا، ولان تأثير الإعلام المكتوب محدود نسبيا بالنظر إلى أنه موجه إلى شريحة معينة من المجتمع تحسن القراءة و الكتابة، يبقى الرهان معلقا على الإعلام المسموع و المرئي للنهوض بمقومات الأمة و نشر ثقافة الوعي في المجتمع، و مواكبة التحولات السريعة في مختلف مناحي الحياة المعيشية بمختلف أبعادها الثقافية، العلمية، الاجتماعية، الاقتصادية و التربوية، و تعد الإذاعة المحلية هي الوسيلة الإعلامية التي تستطيع استقطاب اكبر عدد من الجمهور من خلال حصص و برامج متنوعة و هادفة تعبر بصدق عن آمال مختلف شرائح المجتمع و انشغالاته و تطلعاته.(2)

إن سياق تشغيل الإذاعات المحلية بالجزائر كان جد خاص أملته الظروف و هي حسب الأهمية:(3)

-وجود عجز هام في مجال الاتصال المؤسساتي مما عمق أزمة الثقة بين الدولة و المواطنين.

-غياب تطبيق حق المواطن في الإعلام لاسيما في المناطق المحرومة.

-غياب قنوات التعبير التي تمكن من ترقية الثقافات المحلية و ترقية الشباب.

-عزلة عدة مناطق التي لا تغطيها البرامج الوطنية و بقيت لهذا السبب عرضة لتأثير وسائل الإعلام التابعة للبلدان المجاورة. فعلا تم التشغيل المتزامن في بداية التسعينات للقنوات الموضوعاتية الأولى كإذاعة القران الكريم"، إذاعة البهجة"، "الإذاعة الثقافية"، "إذاعة متيجة" إلى جانب الإذاعات المحلية الأولى ببشار، ورقلة، الاغواط و كان مصمموا المشروع يرمون إلى تقليص التفاوت في مجال الاتصال بين الدولة و المواطنين.(4)

---

(1) نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص، 158.

(2) احمد شرماطي، الإذاعات الجهوية في الجزائر كسب رهان الجوارية، مجلة الإذاعات العربية، عدد (2)، تونس، 2010، ص، ص. 144، 145.

(3) جمعية المراة في الاتصال، الفضاء الإذاعي الجزائري: حالة الإذاعة المحلية، ، ملف خاص حول الصحافة و الحوار بالجزائر(بالاشتراك مع معهد بانوس باريس)، الجزائر، 2006، ص. 4.

(4) نفس المرجع، ص، 5.

إلا انه لا يوجد أي مرسوم أو قانون خاص بإنشاء الإذاعات المحلية و إنما تنشأ هذه المحطات من طرف المدير العام للإذاعة الوطنية و ذلك بعد توفر الشروط اللازمة من وسائل تقنية و استعداد السلطات المحلية، فالإذاعات المحلية الموجودة أنشأت بمبادرة فردية، و أنجزت بطريقة مشرعة بقرار داخلي على مستوى الإذاعة المركزية و في غياب الوزارة الوصية، و أصبح مصيرها متعلقا بمصير أشخاص و ليس بقانون.[1]

6-أهداف و أسباب انشاء الاذاعات المحلية:

يعتبر الإعلام المحلي من أهم الأجهزة الإعلامية و أقواها تأثيرا في الرأي العام المحلي، لأنه يخاطب مستمعا معينا و مجتمعا محدود العدد، مجتمعا له خصائصه الاجتماعية، الثقافية، البيئية، و الاقتصادية المتميزة.

إن البرامج التي تقدمها الإذاعة المحلية نابعة من المجتمع المحلي في حد ذاته و يعكس تقاليده و عاداته و تراثه و اهتماماته. كما تتسم باستعمال مفردات و لغة مبسطة سهلة الفهم، سواء الفصحى أو الدارجة أو الامازيغية بألسنيتها المختلفة، كما تضطلع بدور أساسي في ترقية الأداء الديمقراطي من خلال النقل الأمين لأراء المواطنين و انشغالاتهم و إشراكهم في مشروع المجتمع المأمول و تحميلهم مسؤولية الدفاع عن خياراتهم و مراقبة الهيئات العمومية في أداء وظائفها و مهامها.[2]

و يبرر إنشاء المحطات الإذاعية المحلية في المجتمع بتقديم جملة من الأسباب أهمها :[3]

-إعادة التنظيم الجذري للاتصال المؤسساتي عبر لا مركزية نشاطات البث الإذاعي الوطني، و إعطاء الجهات قناة للربط بين الإدارة و المواطنين و مختلف متعاملي الحياة الاقتصادية و الاجتماعية من أجل تدارك العجز المسجل.

-منح النخب المحلية و المجتمع المدني وسائل المحافظة على عناصر التراث و انسجام المجموعات الثقافية و اللغوية للبلاد و ترقيتها و إشرافها.

-اعتراف الدولة بالضرورة الملحة في تدعيم الخدمة العمومية عن طريق إفادة أكبر عدد من الحق في الإعلام، خاصة المناطق التي تكاد تغيب فيها وسائل الإعلام الأخرى، بعبارة أخرى هناك وضعية دون حاجيات مجتمع يعرف مزيدا من التنوع، أغلبيته شباب و نساء و ترتكز الأولويات التي يعبر عنها في المطالب الجهوية على الحاجة إلى المطار و الجامعة و الإذاعة، و هي مرافق تعتبر وسائل للتطور الاجتماعي، يجب أن يستفيد منها الجميع بصورة عادلة.

---

[1] نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص، 163.
[2] احمد شرماطي، مرجع سابق، ص، 146.
[3] جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص،ص، 5،6.

7-مراحل تطور الاذاعة المحلية في الجزائر:

7-1-مرحلة الانطلاق (1991-1994): [1]

عرفت هذه المرحلة بعض الضعف في تطبيق الخطة النظرية بسبب عدم وضع أي خطة لتجهيز المحطات بمرتكزات إرسال بقوة كافية لتجسيد المهام الموكلة إليها، و اقتصرت الوسائل التي وفرها القطاع آنذاك على توفير المعدات الأولية طبقا لتصور موحد لجميع المحطات، أي أستوديو للبث و أستوديو للإنتاج و خلية للتركيب و خلية للمزج، و وحدة للريبورتاج و كل الإمدادات العادية، كالطاقة و التكييف و الهندسة الصوتية و النقل.

و قد بلغت تكلفة ذلك ما يقارب ثلاثة عشرة (13) مليار سنتيم لكل محطة منها (8.5) مليار دينار بالعملة الصعبة، لتستقر ابتداء من سنة 2001 عند تسعة (9) مليارات منها خمسة (5) بالعملة الصعبة. و قد تولت الإدارة المحلية تهيئة المرافق، أما بالنسبة للمستخدمين فتم اعتماد نمط واحد يحدد عددهم بواحد و عشرون (21) بين مدير و صحفيين و ثلاثة تقنيين و ثلاثة منشطين و الباقي مخرجون و إداريون لكل محطة، إلا أن هذه القاعدة لم تحترم خاصة من طرف المحطات الموجودة في المدن الكبرى التي شغلت أحيانا ستون (60) شخصا، بينما تعاني المحطات الموجودة في الولايات الفقيرة من ضعف استعمال التجهيزات و العتاد بسبب ضعف الحجم الساعي للبث الذي لا يتجاوز في بعض الحالات ساعتين يوميا، أما ميزانيتها فلا تتجاوز مليار سنتيم في السنة و هو مبلغ ضئيل بالمقارنة مع الطموح المعلن.

مع العلم أن عدد المحطات آنذاك أي حتى نهاية 1994، بلغ ثمانية (8) محطات هي: الساورة، متيجة، الوحات، السهوب، الاهقار، العالية، الهضاب، الاوراس، بشار، العاصمة، ورقلة، الاغواط، تمنراست، تلمسان، سطيف، باتنة. و كانت هذه المحطات في البداية تضخ حاجياتها البشرية من المؤسسات العمومية للاذاعة المسموعة.

7-2-مرحلة التوسيع (1995-2000):[2]

انضمت إلى الشبكة خلال تلك السنوات اثنتي عشرة (12) محطة جديدة نشرت حسب البرنامج الذي أعدته الحكومة عبر أربعة أنواع من الجهات، و هي الولايات الكبرى (وهران، قسنطينة، عنابة) و مدن الجنوب الكبرى (ادرار، اليزي، تندوف) و ولايات سهبية أو صحراوية بالجنوب الشرقي و الجنوب الغربي (الوادي و النعامة)، و تم التوسيع دون إدخال تعديلات على المعطيات التقنية إلا انه تم التركيز على زيادة الحجم الساعي للبث و على التنظيم، كما مرت معظم المحطات من ساعتين إلى أربع ساعات و إلى ثماني ساعات في اليوم، و هو مؤشر معبر على إرادة السلطات العمومية في تسريع وتيرة تنفيذ برنامج الدولة في مجال الاتصال، و ترجمت شبكات البرامج الجوانب الرئيسية للبرنامج الاتصالي، مع بعض الاختلافات الخاصة بكل محطة، و ضمت تلك الشبكات الجانب الإخباري الذي يركز على الأحداث

---

[1] جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص،ص، 7،8.
[2] نفس المرجع، ص، 8.

المحلية و الجانب الثقافي و التربوي المتفتح على مظاهر التعبير و الخصوصية و جانب التسلية، هذه الإذاعات المحلية هي:

-الباهية (وهران)، -سرتا (قسنطينة)، -تبسة (تبسة)، -توات (ادرار)، -الصومام (بجاية)، -سوف (الواد)، -عنابة (عنابة)، -التاسيلي (اليزي)، -تيارت (تيارت)، -تندوف (تندوف)، -النعامة (النعامة)، -الزيبان (بسكرة).

لقد استعملت المرتكزات اللغوية الثلاث: العربية بنسبة 62 %، و العربية العامية بنسبة 18%، و اللهجات الامازيغية بمختلف السنيتها بنسبة 20% ، كما تجدر الإشارة إلى أن الشبكة البرامجية كانت ذات طابع شمولي حيث لم تحدد الجماهير المستهدفة، و لم يعتمد إعدادها على أي سبر، و يستنتج من ذلك أن النموذج المقترح اعتمد على قياس الثقل الاجتماعي و الثقافي للمناطق في غياب دراسة مسبقة.[1] في هذا الصدد إن الجهويات، جهوية الشرق، جهوية الغرب و الوسط، ليس لها نفس العلاقة مع السياسي تاريخيا و لا تمتلك بالتالي نفس الأشكال التعبيرية السياسية و العلاقة مع الدولة الوطنية و مؤسستها المختلفة لدرجة أنه يمكن القول أن هناك جهويات في السلطة و أخرى معارضة، كما أن هناك جهويات قوية و أخرى ضعيفة من حيث الإحساس بالانتماء الجهوي.[2] هذا ما يجعلنا نفترض بأن الإعلام المحلي (الجهوي) يكون مشحون أيديولوجيا بحسب الاتجاه الفضائي والجغرافي الموجه إليه، ما يقود إلى إقامة علاقة بين نوعية الخطاب الاعلامي و الاتجاه الجغرافي للمحطة الإذاعية.

و مع اللجوء إلى التعديلات الضرورية عند الحاجة و تطبيقا لشروط دفتر الأعباء كانت المحطات تخصص 50 % من برامجها للتسلية و التنشيط، و 20 % للأخبار، و 20 % للحصص الاجتماعية، و 10 % للحصص الثقافية، أما في مجال الأخبار تحتل الجرائد المسموعة الناطقة بالعربية المحلية 40 % و الجرائد الناطقة باللغة الوطنية 20 % و الأخبار القصيرة 20 % و معرض الصحافة 20 % مع إبلاء شق خاص بمسائل التنمية الاقتصادية و البيئة و تسيير المصالح العمومية.[3]

و في مجال التسلية تحتل الموسيقى المحلية الوطنية 75 % و الموسيقى العربية و الأجنبية 25 % و يتبين من تحليل الشبكة البرامجية أن الأخبار و الثقافة احتلتا مكانة ادني من الموسيقى، كما يلاحظ وجود برامج دينية مصنفة في باب الحصص الاجتماعية التربوية، و المكانة الضئيلة للإشهار الذي ظل لا يدر مبلغا معتبرا أي0.76 % من الحجم الساعي الإجمالي ما عدا بعض الاستثناءات كالجزائر، وهران، تلمسان و قسنطينة. و يعود ذلك الى ضعف الاقتصاد في الجهات (المناطق) و لمحدودية مدى الإرسال، وطرح ارتفاع عدد المحطات خلال هذه المرحلة إشكالية الانسجام و التسيير التي قررت الإدارة المركزية

(1) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص. 8.
(2) عبد الناصر جابي، الانتخابات الدولية و المجتمع، دار القصبة للنشر، الجزائر، 1998، ص،ص. 29،30.
(3) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق. ص، 8.

معالجتها بإنشاء أربع تنسيقيات جهوية في كل من وهران، قسنطينة، ورقلة و بشار، و أوكلت إليها مهمة السهر على احترام المبادئ و القواعد المحددة في مجال التنمية و الموارد المالية و البشرية و البرامج من طرف المحطات الجهوية التي وضعت تحت وصايتها، و هي المبادئ و القواعد التي حددتها مديرية الإذاعات المحلية التي عوضت نيابة المديرية في النظام الجديد للمؤسسة العمومية للإذاعة السمعية، و لكن لم تعمر تلك التنسقيات طويلا و ألغيت قبل بداية المرحلة الثالثة.(1)

7-3-مرحلة التثبيت (2001-2005):

تم استغلال هذه المرحلة لتحقيق أهداف محددة تخدم ديمومة الخدمة العمومية، عن طريق الاستثمار المكثف في مرتكزات الإرسال و إدخال استعمال التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال و رسكلة المستخدمين تبعا للمقاييس المهنية العصرية و تطوير الأساليب التفاعلية في مجالات أكثر مردودية من الماضي و هذا في إطار الاختيار الرامي إلى إنشاء إذاعة في كل ولاية، و مما يدعم هذا الاتجاه أن تسع محطات جديدة بدأت تشتغل، واحدة في 2001 و أربعة في 2003، و ثلاثة في 2004 و واحدة في 2005 و كلها رقمية.(2) هذه المحطات هي على التوالي: ميزاب (غرداية)، بني شقران (معسكر)، البيض (البيض)، الحضنة (المسيلة)، سكيكدة (سكيكدة)، شلف، (شلف) ، الظهرة (مستغانم)، بلعباس (سيدي بلعباس)، سوق اهراس (سوق اهراس).

و تبقى سنة 2005 منعرجا حاسما لهذه الإذاعات الجهوية التي عين على رأس تنسيقيتها "شعبان لونكال" حيث تم اعتماد سلسلة من الإجراءات ساهمت إلى حد كبير في تحسين أدائها من حيث المواضيع المدرجة في الشبكات البرامجية و التأطير البشري و النوعية الجيدة للصوت، و هذا بعد انتهاج نظام الرقمنة عوض النظام التماثلي وعصرنة القطاع مواكبة للتحولات العلمية و التكنولوجية التي يشهدها العالم، كما تم اعتماد موجة التضمين الترددي (FM) و تعميمها على كافة الإذاعات الجهوية لما تتميز به من جودة و صفاء للصوت، في حين تم الإبقاء على الموجة المتوسطة (AM) بإحدى عشرة إذاعة جهوية موجودة بمنطقة الجنوب الجزائري نظرا إلى شساعة المساحة، كما تقررت الزيادة في طاقم أجهزة البث و الإرسال و البث على القمر الصناعي (NSS7) لإيصال الصوت إلى ابعد نقطة من الحيز الجغرافي و كذا القضاء على نقاط الظل لتمكين كل السكان من التقاط برامج إذاعتهم.(3) لقد كان المخطط الخاص بتلك العمليات أوسع من ذلك لأنه كان يتضمن تنصيب أربعة عشرة (14) محطة (FM) و تجديد مراكز الإرسال الرئيسية على الموجة المتوسطة من الشمال إلى الجنوب و فتح استوديوهات للبث لمحطات أخرى، و تم إدخال تجديدات أخرى على شبكة الإذاعات المحلية بالانتقال إلى البث مدة اثنتي عشرة ساعة

(1)جمعية المرأة في الاتصال ، مرجع سابق، ص،ص. 8،9.
(2)نفس المرجع ، ص.9
(3) احمد شرماطي، مرجع سابق، ص. 147

بالنسبة لعشرة محطات باستثناء إذاعة بلعباس (6) ساعات و سوق اهراس (4 ساعات) و البقية تبث لمدة ثماني ساعات، أما البهجة و الشلف فتبثان على مدار (24) ساعة و(16) ساعة على التوالي.[1]

و لضمان حق المواطن في إعلام موضوعي و نزيه و حقه في الاطلاع على ما يجري من حوله في منطقته الجغرافية، و ما يجري في ربوع الوطن تم مضاعفة الحجم الساعي للبث اليومي ليبلغ (400) ساعة، بعد أن كان سنة 1999 يبلغ (87) ساعة.[2]

للإشارة فانه خلال ملتقى الإذاعات المحلية يومي 29-30 جانفي 2003 تبنى المشاركون اعتماد تسمية الإذاعات الجهوية بدل الإذاعات المحلية، بحكم إمكانية الانتشار الأوسع لكل إذاعة بفضل أجهزة إرسال قوية و تفاديا للارتباط بالتقسيم الإداري الضيق.

7-4-مرحلة التعميم النهائي (2005 الى يومنا هذا):

بالموازاة مع تدعيم قدرات الانتشار و إدخال التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال على رأس الأولويات، حيث يجري تعميم الرقمنة و الربط بالانترنيت إلى جميع المحطات، يجري كذلك تحسين مستوى المستخدمين طبقا للمقاييس الدولية و استكمالا لتجربة الإعلام المحلي و الجواري الذي انطلقت فيه السلطات العمومية بهدف إثراء الخدمة العمومية و الانتقال بها إلى مستوى يتكيف مع مقتضيات عولمة الاتصال في ظل تجربة التعددية و الممارسة الديمقراطية التي خاضتها الجزائر[3]، عكفت الدولة على إنشاء العديد من المحطات الجهوية، حيث يبلغ عدد الاذاعات الجهوية الموزعة حاليا عبر ولايات الوطن (47) محطة إذاعية، و كان آخر صرح إعلامي لهذه الوسيلة الجماهيرية في تقديم خدمة إعلامية جوارية إذاعة تيزي وزو الجهوية التي تم تدشينها و انطلاق بثها في 01-11-2011 و تبقى إذاعة جهوية واحدة فقط هي الآن قيد الانجاز، و يتعلق الأمر بإذاعة بومرداس (من المفترض أن تشدن في مطلع جانفي 2012) ليكتمل بذلك المسار الذي سطر له و هو إنشاء "إذاعة في كل ولاية" و بالفعل قد جندت السلطات العمومية إمكانيات كبيرة في هذا الشأن حيث قررت تخصيص ظرف مالي هام لتقويض مناطق الظل في إطار المخطط الوطني الخماسي للتنمية (2003-2009) و قد استجاب المخطط لطلب قطاع الاتصال في هذا المجال و مجالات أخرى كبناء دار للتلفزيون و دار للإذاعة و هما جانبان مطروحان منذ اكثر من (30) سنة.

لقد كان إنشاء المحطات الجهوية في هذه الفترة كمايلي:

جيجل (جيجل)، غيليزان (غيليزان)، الجلفة (الجلفة)، سعيدة (سعيدة)، تيسمسيلت (تيسمسيلت)، عين تيموشنت (عين تيموشنت)، أم البوقي (أم البواقي)، برج بوعريريج (بورج بوعريريج)، عين الدفلى (عين الدفلى)، قالمة (قالمة)، البويرة (البويرة)، البيض (البيض)، الطارف (الطارف)، ميلة (ميلة)، البليدة (البليدة)، المدية (المدية)، خنشلة (خنشلة)، تيبازة (تيبازة)، تيزي وزو (تيزي وزو).

(1) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص،ص.9،10.
(2) احمد شرماطي، مرجع سابق، ص. 147.
(3) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص،ص.10،11.

مع العلم أن (42) إذاعة جهوية (دون إذاعة ميلة، بومرداس، المدية، تيزي وزو و الطارف) تبث حجم ساعي كلي يقدر بـــ (564) ساعة و (40) دقيقة يوميا، منها إذاعة واحدة تبث (24) ساعة يوميا و هي: البهجة و إذاعتين تبث (19) ساعة و(20) دقيقة يوميا و هما: سطيف و النعامة و (16) إذاعة تبث (15) ساعة و (20) دقيقة يوميا و هي: قسنطينة، بسكرة، الشلف، البيض، غرداية، الاغواط، معسكر، وهران، ورقلة، تيارت، سكيكدة، مستغانم، باتنة، بجاية، جيجل و غيلزان.و (13) إذاعة تبث (12)ساعة و (20) دقيقة يوميا و هي: عنابة، الوادي، اليزي، متيجة، سيدي بلعباس، تندوف، تبسة، تلمسان، المسيلة، تمنراست، سوق اهراس، بشار و ادرار.

إذاعتين تبث (11) ساعة و (20) دقيقة و هي أم البواقي و برج بوعريريج، و (8) اذاعات تبث (7) ساعات و (20) دقيقة يوميا و هي: سعيدة، عين تيموشنت، تيسمسيلت،عين الدفلى، قالمة، خنشلة، البويرة.[1]

أما عدد الإذاعات التي تبث بالامازيغية إلى جانب اللغة العربية فهي (13) و هي: غرداية، بجاية، تمنراست، اليزي، باتنة، ادرار، ورقلة، تندوف، الشلف، سطيف، برج بوعريريج، البهجة، أم البواقي.[2]

و يوضح الجدول رقم (3) تاريخ بداية الخدمة للاذاعات المحلية حسب تسلسلها الزمني مع مواقعها الالكترونية.

---

(1) w.w.w.radioalgerie.dz/DCRR/presentation.htm
(2) saoura. Radiobechar.com

جدول رقم (03) : بدء الخدمة للاذاعات المحلية و مواقعها الالكترونية

الرقم	الموقع	تاريخ بدء الخدمة	الموقع الإلكتروني
1	بشار	1991/04/20	www.radiobechar.com
2	الجزائر(متيجة)	1991/05/08	www.radiometidja.com
3	ورقلة	1991/11/05	www.radio-ouargla.dz
4	الأغواط	1991/11/05	www.radio-laghouat.dz
5	تمنراست	1992/04/16	غير متوفر
6	الجزائر (البهجة)	1992/10/01	غير متوفر
7	سطيف	1992/10/10	www.radio-setif.com
8	تلمسان	1992/10/07	www.radiotelemcen.com
9	باتنة	1994/12/29	www.radio-batna.dz
10	وهران	1995/01/26	www.radio-oran.com
11	قسنطينة	1995/02/02	www.radio-constantine.dz
12	تبسة	1995/04/04	www.radio-tebessa.dz
13	أدرار	1996/06/04	www.radio-adrar.net
14	بجاية	1996/08/19	www.radiosoummam-bejaia.com
15	الوادي	1996/11/21	www.radio-elouad.dz
16	عنابة	1997/01/13	www.annabafm.net
17	إيليزي	1997/01/27	
18	تيارت	1998/10/27	www.radiotiaret.dz
19	النعامة	1999/04/16	www.radionaamafm.com
20	تندوف	1999/03/12	غير متوفر
21	بسكرة	1999/07/30	www.ziban.com
22	غرداية	2001/02/24	www.radioghardaia.dz
23	معسكر	2003/07/27	www.mascarafm.com
24	البيض	2003/09/08	www.radio-elbayedh.dz

الرقم	الموقع	تاريخ بدء الخدمة	الموقع الإلكتروني
25	مسيلة	2003/10/07	www.radio-msila.dz
26	سكيكدة	2003/11/15	www.radio-skikda.dz
27	الشلف	2004/01/26	www.radiochlef.net
28	مستغانم	2004/02/10	www.radiomostaganem.cm
29	سيدي بلعباس	2004/02/17	غير متوفر
30	سوق أهراس	2005/02/23	www.radio-soukahras.dz
31	جيجل	2006/06/01	www.radio-jijel.dz
32	غليزان	2006/06/05	www.radiorelizane.dz
33	الجلفة	2007/09/09	غير متوفر
34	سعيدة	2008/02/07	www.saidafm.com
35	تيسمسيلت	2008/04/06	www.tissmesiltfm.com
36	عين تموشنت	2008/03/26	www.aintemouchentfm.com
37	أم البواقي	2008/03/19	www.radio-omelbouaghi.dz
38	برج بوعريريج	2008/04/23	www.radio-bordjbouarreridj.dz
39	عين الدفلة	2008/05/01	www.radioaindefla.com
40	قالمة	2008/12/24	www.radio-guelma.dz
41	خنشلة	2008/12/25	www.radio-kenchlah.dz
42	البويرة	2008/12/29	www.radio-bouira.dz
43	ميلة	2009//03/10	www.radio-mila.dz
44	تيبازة	2009/07/01	غير متوفر
45	المدية	2010/03/22	غير متوفر
46	الطارف	2010/06/30	www.eltareffm-dz.net
47	البليدة	2011/05/04	غير متوفر
48	تيزي وزو	2011/11/01	غير متوفر

8-بطاقة وصفية للاذاعات المحلية في الجزائر:

- اذاعة النعامة:

انطلق البث التجريبي بها في 25 ماي 1999 بحجم ساعي (04) ساعات من التاسعة صباحا إلى الواحدة زوالا و بطاقم إذاعي مكون من عشرة موظفين. و في 2001 تم تمديد فترة البث إلى ثماني (08) ساعات و بطاقم إذاعي مكون من (19) موظفا. و بتاريخ 2002/01/16 تم تدشين إذاعة النعامة الجهوية بصفة رسمية وقفز الحجم الساعي في 2007 إلى(24) ساعة على (24) ساعة إلى غاية 12 فيفري 2008 ليعود بعدها إلى حجم (12) ساعة.(1)

- اذاعة تيزي وزو:

تبث برامجها على التردد الأساسي 99.0 (FM) و على مدار (12) ساعة انطلاقا ببث النشرة الإخبارية للقناة الإذاعية الوطنية الأولى على الساعة السابعة و النصف و انتهاء بنشرة الأخبار الرئيسية لنفس القناة على الساعة السابعة و النصف مساء، و بإمكان جميع أنحاء منطقة القبائل التقاط أمواج إذاعة تيزي وزو عبر الترددات الآتية:

- 99.0 (FM) بالنسبة لمنطقة تيزي وزو و ما جاورها.
- 95.6 (FM) بالنسبة لمنطقة ناث ايراثن.
- 97.2 (FM) بالنسبة لمنطقة الاربعاء ناث ايراثن.
- 96.8 (FM) بالنسبة لمنطقة يوغني و ما جاورها.
- 99.1 (FM) بالنسبة لمنطقة ازفون و ما جاورها.

-محطة البث الاذاعي رقم (47).(2)

- اذاعة بسكرة:

بدأت بثها في 14 جويلية 1999 و دشنت رسميا في 30 جويلية 1999، أصبحت تبث برامجها على موجة 91.2 (FM) ابتداء من 25 ماي 2003، تربط خارطة ثقافية و اجتماعية مهمة تمتد عبر كل منطقة الزيبان و سهل الحضنة. تبث برامجها من الساعة السابعة صباحا إلى غاية منتصف الليل و يبلغ عدد محرريها (25) مذيعا.

-إذاعة بسكرة.

-منطقة البث: الجنوب الشرقي الجزائري.

-تاريخ أول بث: 1999.

-موجة البث: (FM).

-ذبذبات البث: 91.2 ميغا هيرتز.

(1) www.radionaamafm.com,
(2) www.ministerecommunication.gov.dz.

- <u>اذاعة تمنراست:</u>

إذاعة الأهقار أو إذاعة تمنراست بدأت بث برامجها يوم 16 افريل 1992 على موجة (FM) بتردد 98.0 و تغطي ربع مساحة الجزائر التي تزيد عن 1100 كلم طولا من "عين قزام" حدود النيجر إلى "عين صالح" و" تين زاوتين" حدود مالي و "تاظروك" و "سيلت" و "ابلسة" لتشكل بذلك خارطة ثقافية و اجتماعية مهمة ، تبث برامجها باللغة العربية إلى جانب اللهجة "التارقية"، و تمتد ساعات البث من السابعة صباحا إلى غاية السابعة و النصف مساء.(1)

- <u>اذاعة سوق اهراس:</u>

بدأت بث برامجها بشكل منظم في 23 فيفري 2005، كانت مدة البث أول مرة أربعة (4) ساعات في اليوم ثم امتدت المدة إلى ثماني ساعات في 05 جويلية 2005 ، بعدها وصلت إلى (12) ساعة ثم مدد البث على مدار الساعة في 10 فيفري 2008 ، ثم تقليص البث المحلي إلى (13) ساعة و (20) دقيقة بالإضافة إلى الربط مع القناة الدولية و إذاعة القران الكريم و إذاعة الجزائر.(2)

تختص بمنطقة بث الشمال الشرقي الجزائري على موجة : (FM) و بترددات 95.1 و 104.0 ميغا هرتز

- <u>اذاعة قسنطينة:</u>

إذاعة سيرتا (FM) هي إذاعة محلية تبث من محطة قسنطينة و تشمل ولايات: قسنطينة، سكيكدة، ميلة، جيجل، باتنة، سطيف، قالمة أي الشمال الشرقي للجزائر على أمواج (FM) بذبذبات 93.9 (FM) و 103.8 (FM) تبث برامجها لمدة (18) ساعة يوميا.(3) لقد توسع بثها ليشمل ولايات عديدة مجاورة.

تعد إذاعة سيرتا استمرارا لتجربة إذاعية محلية عمرها ثمانية و خمسون(58) سنة مع العلم أن محطة قسنطينة دشنت سنة 1948، فبعد أن كانت محطة للحصص باللغة العربية و القبائلية حيث كانت تبث حفلات موسيقية على المباشر خلال الاحتلال الاستعماري، تحولت بعد الاستقلال إلى فرع للإنتاج تابع للقناة الأولى من منتصف الليل إلى الثالثة صباحا، و أصبحت سنة 1995 قناة للتعبير الثقافي لعاصمة الشرق الجزائري. تتمحور شبكتها حول الترويج للتراث التاريخي و المالوف و بالفعل يقبل الشباب و الجامعيين و النساء الماكثات بالبيت على برامجها نظرا لتعلقهم بخطها الافتتاحي الذي يركز على التراث.(4)

تحصلت الإذاعة المحلية على المقر الجديد الكائن بـــ19 شارع محمد العايب –باب القنطرة– سنة 2009. يضم كل هياكلها، أما فيما يتعلق بطبيعة التجهيزات المستخدمة فقد تم تجديد معظم الأجهزة القديمة، حيث تم استبدالها بعتاد رقمي متطور، و قد ورثت إذاعة سيرتا (FM) بعد إعادة هيكلة الإذاعة و التلفزيون (52) موظفا منهم سبعة صحفيين و أربع منشطين و عشرة مهندسين و تقنيين و البقية مقسمين على مصالح

(1) www.radioalgerie.dz.
(2) www.radioalgerie.dz.
(3) www.wikipedia.org

(4) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص، 19.

الإدارة و الأمن و السائقين. تغطي إذاعة قسنطينة الجهوية أزيد من ثماني ولايات من حيث البث و هي: قسنطينة، ميلة، سكيكدة، جيجل، ام البواقي، قالمة، و أجزاء من سطيف و عنابة، و بذلك فهي تعتبر من أقوى الإذاعات من الناحية التقنية.[1]

تعمل الإذاعة سيرتا (FM) على بث برامج متنوعة تعمل على خدمة التنمية سواء الوطنية أو المحلية يمكن تلخيصها في مجموعات كمايلي:[2]

-البرامج الخاصة بالتقاليد و البيئة و السياحة و الصحة و الأطفال و النساء و الوقاية.

-البرامج الخاصة بالحركة الجمعوية و البرامج الرياضية و الدينية، كما تذيع ثلاث نشرات من إذاعة قسنطينة و خمسة مواجيز للأنباء

لقد انطلقت إذاعة قسنطينة بأربع ساعات بث يوميا و ذلك ابتداء من الساعة التاسعة إلى الساعة الواحدة زوالا، و أول ما بدأت تبث إذاعة قسنطينة الجهوية كانت على موجات 103.8 ، و على غرار عدة إذاعات محلية عبر الوطن تقرر مضاعفة بث الإذاعة ليصبح ثماني ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى خامسة مساء ليصبح فيما بعد اثنا عشرة ساعة على مدار الأسبوع، أي من الساعة السادسة صباحا إلى منتصف الليل و تحول موقع إذاعة قسنطينة إلى موجات 93.9 كما تم ربطها ابتداء من شهر ماي 2004 بالساتل على موجات التردد (12735، NNS7) قناة 12 استقطاب أفقي 22.[3]

- اذاعة وهران:

تبث إذاعة الباهية برامجها باللغة العربية و الفرنسية على موجة (FM) بذبذبة 92.10 ميغا هرتز.[4] و ترفع شعار "القضاء على الوحشة"، اعتمدت على نقل الحس الثقافي الوهراني في مكوناته المتوسطية ، كما تمكنت من إحراز ثقة حوالي مليون مستمع يضاف إلى هؤلاء ثلاثة آلاف مستمع أجنبي (من اسبانيا و فرنسا و بريطانيا) ، تريد أن تضفي عليها صفة القطب الاقتصادي الكبير، و بفضل ديناميكيتها يمكن أن تدر موارد اشهارية تعتبر هامة و هي إحدى نقاط نجاعة الشبكة، حيث تخصص خمس دقائق على رأس كل ساعة أي (50) دقيقة طيلة (12) ساعة من البث اليومي ، تتميز بجهاز إرسال ضعيف الفعالية بسبب موقعه الذي يعرقل انتشار الإشارة و يجعلها تعاني المنافسة القوية للإذاعات الاسبانية و من محطة سيدي بلعباس.[5]

- اذاعة تلمسان:

تبث برامجها باللغة العربية على موجة (FM) و بذبذبة 100.40 بلورت مع مر السنين هوية إذاعة عائلية مضفية على شبكتها علامة النخبوية كوحدة قياس لنوعية علاقتها مع الجمهور و المكون بنسبة 50 % من

---

(1) بوذراع ياسين،دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين،مذكرة ماجستير،جامعة قسنطينة،معهد علم الاجتماع،2010/2009،ص.72.

(2) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص. 19.

(3) بوذراع ياسين، مرجع سابق، ص. 71.

(4) www.radioalgerie.dz

(5) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص. 12.

ربات البيوت و 10 % من الشباب، إذاعة تلمسان متاخمة للحدود المغربية و هي تتنافس مع محطة "ميدي1" و تستهدف الجمهور المغربي القريب من الثقافة التلمسانية، تتميز برامجها بالصفائية و الوفاء للتقاليد كما تركز نسبة 50 % على إبراز التراث، يغلب على المحطة العاملون المتعاونون و يتراوح هرم الأعمار بين 23 و 40 سنة و هي مجهزة بجهازين للإرسال منصبين في "الناظور" و "لالا ستي"، و أستوديو رقمي و (20) حاسوبا و برامج للمعالجة الرقمية للصوت.(1)

- اذاعة بجاية:

تبث برامجها باللغة العربية و اللهجة الأمازيغية على موجة (FM) و بذبذبة 88.70 و 90.9.(2) تعد اذاعة الصومام وسيطا للخصوصية الثقافية على غرار نظيراتها في باتنة و غرداية و ورقلة و تمنراست و تندوف و اليزي و ادرار، الا أنها لا تقصي استهداف الجمهور الناطق باللغة العربية، حيث تبث برامج بهذه الأخيرة في مواضيع الدين و التاريخ و موسيقى المنطقة، و تمثل هذه البرامج 20 % من شبكة المحطة إلى جانب 80 % من البرامج المخصصة بالبربرية،كان الهدف من إنشاء محطة الصومام أن تضطلع بالتعبير الثقافي الأمازيغي، لكنها اضطرت إلى التوقف سنة 2001 أثناء "الربيع الأسود" (بدأت أحداث دامية بين أفراد الأمن و شباب من المنطقة) بعد أن اتهمت بتفضيل اللغة العربية و بث موسيقى غير جدية خلال تلك الأحداث التي وضعت تحت شعار الحداد، و لم تفتح أبوابها إلا في سنة 2002، و أعيد ترميمها سنة 2004 بوسائل رقمية، جهازي إرسال المحطة على التوالي منصبان في أعالي "أكفادو" و "يما قوريا"(3)

- اذاعة الشلف:

دشنت في بداية 2004، و فرضت نفسها كقاعدة التقاء في منطقة عانت الإرهاب (1992–2002) ، تبث برامجها مثل موسيقى الراي، و برامج المهاجرين و الأخبار المحلية التي يرصدها ستة مراسلين، كما يستقطب هذه المحطة فئة النساء و الشباب الذين تستهويهم اللغة العربية العامية و المواضيع الحرة، كما تفتح أمواجها لرسائل الخدمات العمومية،و هناك فضاءات مخصصة للجمعيات، حيث تعبر عن انشغالها بتالف فريق المحطة من (34) عنصرا، و تبث برامجها بواسطة جهاز إرسال منصب في "عين الصور" ذبذبته 87.7 (FM) و تتوفر على عتاد رقمي حديث.(4)

- اذاعة ادرار:

افتتحت اذاعة ادرار الجهوية بتاريخ 04 جوان 1995، لتبث برامجها على مدار أربع ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الواحدة زوالا. و في 21 سبتمبر 1996 تم تمديد فترة البث اليومي إلى ستة ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الثالثة ظهرا، و شرعت منذ 1 جويلية 1998 في بث برامجها المتنوعة على

---

(1) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص،ص. 13،12.

(2) www.radioalgerie.dz

(3) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص،ص. 13، 14.

(4) نفس المرجع، ص. 15.

مدار ثماني ساعات يوميا من التاسعة صباحا إلى الخامسة مساء و تبث الآن من السادسة والنصف إلى السادسة مساء.[1]

يصف مسئولو إذاعة ادرار هذه الأخيرة بأنها وسيلة فك العزلة، حيث جاءت لتدارك نقائص صحافة شبه غائبة، و نظرا لشساعة المنطقة و صعوبة التضاريس (الرياح الرملية و الحرارة) تم تجهيزها بالبث عبر الساتل الذي ينقل الإشارة إلى غاية بشار و وهران و مستغانم و بسكرة.[2]

شبكتها البرامجية ذات طابع شمولي و تتجه إلى جميع أطياف الجمهور، تجسد الأهداف و المهام التي يتضمنها دفتر الشروط و تحقيقا للأهداف الإعلامية للإذاعة الجزائرية المتمثلة في إشباع حق المواطن في الإعلام و دفع عجلة الإعلام الجواري (المحلي) و إحياء التراث و الموروث الثقافي.[3] حتى أصبح يصفها القائمون عليها بأنها جسر ليس فقط بين المجتمع و السلطات بل أيضا بين المواطنين أنفسهم.[4]

يغطي البث الإذاعي لمحطة ادرار المناطق الثلاثة لإقليم الولاية و هي: توات، قورارة، تيديكلت عبر محطات الإرسال التابعة لمؤسسة البث الإذاعي و التلفزيوني على الموجات الآتية:

– على الموجات المتوسطة العاملة:

–ادرار: 235 متر بذبذبة مقدارها 1089 كيلو هرتز.

–تيميمون: 324 متر ذبذبة مقدارها 927 كيلو هرتز.

–رقان: 443 متر ذبذبة مقدارها 693 كيلو هرتز.

–على موجة (FM)

–ادرار: 91.9 ميغا هرتز.

–برج باجي مختار: 88.7 ميغا هرتز.

– على القمر الصناعي NSS7 قطب عمودي على الدرجة 22 غربا.

- اذاعة مستغانم:

مستغانم مدينة متوسطية و عاصمة الظهرة و كانت من أحدث الولايات عهدا باستقبال محطة محلية على أرضها سنة 2004 بعد أن ظل ذلك مجرد خطة عمرها عشرون سنة كان قد اقترحها "ولد عبد الرحمان كاكي" الكاتب الدرامي الكبير، و كان لموقع المدينة بين الوسط و الغرب على امتداد (120) كلم من الساحل أثر كبير على اختيارها كموقع لإذاعة ستغطي المناطق الخلفية المغلقة التي ظلت تفتقر إلى الاتصال المؤسساتي. تتكون حسب قياسات الاستماع عبر الهاتف أجرتها المديرية من 60 % من النساء العاملات أو الماكثات بالبيت و من30 % من الإطارات و التجار و أعوان المهن الحرة و 10 % من

(1) www.radio-adrar.dz

(2) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص،ص. 15،16.

(3) www.radio-adrar.dz

(4) جمعية المراة في الاتصال، مرجع سابق، ص، 16.

الشباب ، تشغل سبعة و عشرون (27) شخصا منهم سبعة نساء، كما تعمل الإذاعة بعتاد رقمي في جميع مراحل الإنتاج و التركيب و البث.[1]

- اذاعة البهجة:

تعد الإذاعة المحلية الأولى للعاصمة بعد أن كانت أولى محطة موسيقية و الأولى التي وضعت على القمر الصناعي، و التي تبث على مدار (24) ساعة و الأولى من حيث المتابعة بحوالي مليون مستمع (تقدير المحطة اعتمادا على استغلال المراسلات و المكالمات الهاتفية)، تعتمد على تشكيلة غنية من البرامج معتمدة على أساليب من الاتصال المحلي، تخصصت في الربط بين المواطنين و الحركة الجمعوية و السلطات في عاصمة سياسية و اقتصادية مكتظة بالسكان ، تميل إلى معالجة الشؤون الاجتماعية أكثر من الاقتصادية و السياسية و تحاول أن تضاعف المعابر مع المجتمع بترقية ثقافة التضامن و التعاون و هذا في إطار فضاءات تفاعلية توظف لأحداث المناقشة و التبادل فـــ 90 % من البرامج تبث على المباشر و يكمن سر نجاحها في أسلوبها المتحرر من القيود و في استعمالها لغة محيطها، مما يجعلها تستقطب أجزاء كبيرة من مستمعي القنوات الوطنية ، و ارتفعت إلى مستوى في المشهد الإذاعي الجزائري بين محطة محلية و قناة وطنية و بين محطة موضوعاتية و قناة شمولية، أعطتها قدرة استقطاب المستمعين ديناميكية تجارية ملموسة بحقيبة اشهارية تقدر بحوالي (10) ملايين دينار شهريا مغطية حجم ساعي بقدر(120) دقيقة في الأربع و العشرين ساعة من البث، تؤطر المحطة نشاطها بـــ(57) مستخدما تابع معظمهم تكوينا جامعيا و استكملوه بتكوين مهني في المؤسسة العمومية للإذاعة وفي الخارج (BBC)، (RFI) و إذاعة دمشق. تبث إذاعة البهجة بواسطة جهازي إرسال يقعان في برج البحري بالقرب من "رأس ماتيفو" و على مرتفعات الشريعة و بذبذبات (89.2)، (94.2)،91.5 (94.2) (FM).[2]

- اذاعة واد سوف: هي اذاعة محلية بمنطقة واد سوف ، بدأت كمشروع سنة 1995 و انطلقت في البث يوم 21 نوفمبر 1996 و ذلك على الموجة (FM) بذبذبة 98 أربع ساعات يميا لتصل الآن إلى(12) ساعة و ذلك منذ جوان 2006.[3]
- اذاعة معسكر: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 101.10 ، بدأت البث في 27 جويلية 2003.[4]
- اذاعة غيليزان: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 90.80 ، دشنت بتاريخ 05 جويلية 2006 من قبل السلطات المحلية.[5]
- اذاعة الاغواط: أو اذاعة السهوب تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 98.90 ، وتم افتتاحها بتاريخ 05 نوفمبر 1991.[6]

(1) جمعية المراة في الاتصال، مرجع سابق، ص،20.
(2) جمعية المرأة في الاتصال، مرجع سابق، ص،ص. 18،17.
(3) www.radioalgerie.dz
(4) Ibid
(5) Ibid
(6) Ibid

- <u>اذاعة البيض</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 100.10 ، وتم افتتاحها بتاريخ 08 سبتمبر 2003.[1]
- <u>اذاعة باتنة</u>: تبث برامجها بالغة العربية واللهجة الشاوية على الموجة (FM) 92.20 ، باشرت بثها بتاريخ 29 نوفمبر 1994.[2]
- <u>اذاعة جيجل</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 94.80.[3]
- <u>اذاعة تيسمسيلت</u>: تبث برامجها بالغة العربية ،تقوم بتقديم الاخبار المحلية و الوطنية و تغطية الاحداث السياسية و الثقافية و الرياضية و الاجتماعية التي تكون الولاية مسرحا لها.[4]
- <u>اذاعة عين الدفلي</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 95.20 .[5]
- <u>اذاعة مسيلة</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 102.10 .[6]
- <u>اذاعة ورقلة</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 98.10 بدأت البث في 09 مـــاي 1991 .[7]
- <u>اذاعة الهضاب</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 90.40 .[8]
- <u>اذاعة تبسة</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 90.40،انطلقت في البث بتاريخ 4 افريل 1995 وهي تبث(18) ساعة.[9]
- <u>اذاعة سكيكدة</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 94.80،انطلقت في البث بتاريخ 15 نوفمبر 2003[10]
- <u>اذاعة خنشلة</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 93.10،انطلقت في البث بتاريخ 25 ديسمبر 2008[11]
- <u>اذاعة تيارت</u>: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 94.80،انطلقت في البث بتاريخ 25 اكتوبر 1998[12]
- <u>اذاعة تيندوف</u>: تبث برامجها بالغة العربية و اللهجة الحسانية على الموجة (FM) 98.00،انطلقت في البث بتاريخ 12 مارس 1999 .[13]
- <u>اذاعة غرداية</u>: تبث برامجها بالغة العربية و اللهجة الميزابية على الموجة (FM) ،انطلقت في البث بتاريخ 24 فيفري 2001 .[14]

---

(1) www.radioalgerie.dz.
(2) Ibid
(3) Ibid
(4) Ibid
(5) Ibid
(6) Ibid
(7) Ibid
(8) Ibid
(9) Ibid
(10) Ibid
(11) Ibid
(12) Ibid
(13) Ibid

- اذاعة برج بوعريريج: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 96.20،انطلقت في البث بتاريخ 23 أفريل 2008[1]
- اذاعة عين تيموشنت: تبث برامجها بالغة العربية و تهتم بالأحداث المحلية و الوطنية وتقدم حصص ثقافية ومنوعات على الموجة (FM)،انطلقت في البث بتاريخ[2]
- اذاعة قالمة: تبث برامجها بالغة العربية على الموجة (FM) 106.50 97.60 ،انطلقت في البث بتاريخ 27 ديسمبر 2008[3]
- اذاعة اليزي: تبث برامجها بالغة العربية و اللهجة التارقية على الموجة (FM) 96.70 ، انطلقت في البث بتاريخ [4]

(14) Ibid
(1) www.radioalgerie.dz
(2) Ibid
(3) Ibid
(4) Ibid

خلاصة

تعد الإذاعة المحلية أحد أنواع الإذاعات التي تتميز بخصوصية التغطية الإعلامية للمجتمع المحلي ، تقوم بدور إعلامي متميز من خلال قربها من جمهورها و من ثمة فهي تنقل انشغالاتهم و تؤثر في ثقافتهم.
إن الإذاعة المحلية تنقل واقع المجتمع المحلي و أهم القضايا التي تتناولها هي ذات الصبغة المحلية التي تهم أفراد المجتمع بالدرجة الأولى كمشاكل انقطاع التيار الكهربائي ،البطالة ،التعليم و التوجيه المدرسي ،الصحة،الزراعة،الأسرة ومشاكلها، لذا لا بد أن يكون هناك اتصال وثيق بينها وبين أجهزة الحكم المحلي فهي وسيلة توفيق بين منطلبات الجماهير وبين الهيئات المسؤولة في المجتمع المحلي و بواسطتها يتم تبادل المعلومات و الآراء فتقدم لأجهزة الحكم المحلي المعلومات و الخطط والتعليمات و القرارات إلى المواطنين المحليين و في الوقت نفسه تنقل آرائهم و أفكارهم و مطالبهم و شكواهم إلى هذه الهيئة.
إن محطات الإذاعة للبث المحلي تمنح أفراد المجتمع الفرصة للوصول إلى المعلومات التي يريدونها ،حيث توفر لهم سبل الوصول إلى وسائل الاتصالات، كما أنها تمثل وسيطا بالغ الأهمية في نشر احدث المعلومات فيما يتعلق بالمجال التعليم والتنمية وتعمل على تبادل تلك المعلومات والاستفادة منها ، بالإضافة إلى التعامل مع القضايا المحلية المهمة،وكونها تمثل سوقا حرة أمام الأفكار و الآراء وتتيح الفرص أمام الأفراد للتعبير عن أنفسهم سواء على الصعيد الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي.
في هذا المنحى عملت الدولة الجزائرية على إرساء شبكة إذاعات محلية عبر كامل التراب الوطني تعزيزا لمسار الاتصال المؤسساتي في المجتمع. ونظرا لحداثة التجربة فهي لا تزال قابلة للتقييم من جوانب عديدة كوظائف المنوطة بالإذاعة المحلية و علاقتها بحاجات المجتمع المحلي ،و دوافع التعرض لبرامجها المختلفة و مدى كثافته و كذا أسباب الاهتمام بها و تفضيلها عن الوسائل الاتصالية الأخرى.

الفصـــــل الســـــابع

الإجراءات المنهجية

1- مجـــالات الدراســــة.

2- منهـــــج الدراســــة.

3- أدوات جمع البيانات.

4- عينــــة الدراســـة.

5- أسلوب تحليل البيانات.

تمهيد

في هذا الفصل سنتناول الإطار المنهجي للدراسة و ذلك بتحديد الإجراءات المنهجية المتتبعة من أجل معالجة المعطيات النظرية و تحويلها إلى حقائق لغرض الإجابة عن التساؤل الرئيسي ، إن هذه الإجراءات التي نراها مناسبة في معالجة موضوع الدراسة تعد كمقياس نحتكم إليه حتى نستطيع تفسير فروضنا و نتحقق منها بطريقة علمية .

فعلى ضوء ما طرح ونوقش في الفصول النظرية عرضنا في هذا الفصل مجالات الدراسة المتمثلة في المجال الزمني ، المكاني و البشري، بالإضافة إلى أهم التقنيات المنهجية المستخدمة في هذه الدراسة و المتمثلة في:

- المنهج المستخدم في لدراسة.
- أدوات جمع البيانات.
- العينة و ضوابط اختيارها.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

1-مجالات الدراسة:

1-1 المجال الزمني: وهو تحديد فترة إجراء البحث والمدة الزمنية التي استغرقتها الدراسة الميدانية، لقد انقسمت الدراسة الميدانية إلى عدة مراحل صنفناها كالأتي:

-المرحلة الأولى: و قد حاولنا فيها استطلاع الميدان (ولاية قسنطينة) بكل بلدياتها الاثني عشر(12)، مع محاولة إيجاد وسطاء (متعاونين) مؤهلين قدر الإمكان لكي يقوموا بمهمة توزيع و شرح الاستمارات لمختلف المبحوثين. لقد تم اختيار الوسطاء لإجراء الدراسة الميدانية من قبل الباحث ، و قد اعتمدنا في ذلك على شبكة علائقية خاصة بنا، إذ لم يكن من السهل إيجاد وسطاء يقومون بهذا النوع من العمل (وسطاء أمناء و على درجة مقبولة من الكفاءة العلمية) و قد دامت مرحلة التأقلم مع ميدان الدراسة حوالي أربعة (04) أشهر ابتداء من فيفري 2010 إلى غاية ماي 2010 ، و قمنا فيها باستكشاف ميدان الدراسة و زيارة البلديات الواحدة تلو الأخرى.

-المرحلة الثانية: توزيع الاستمارات من 20 جوان 2010 إلى غاية 10 أوت 2010، و قد تمت في هذه المرحلة توزيع الاستمارات على الوسطاء الذين كلفوا بالاتصال مع الأسر وفق الطريقة التي تم اختيارهم بها. لقد كانت هذه المرحلة من أصعب مراحل البحث على اعتبار أن الوسيط في هذه المرحلة هو من يقوم بشرح الاستمارة و الرد على أسئلة المبحوثين ، مما فرض علينا اختيار وسطاء اغلبهم ذوي مستوى تعليمي جامعي، وقد حرصنا على أن يكونوا قريبين من مجال العلوم الاجتماعية بصفة عامة حتى يتسنى لهم التحكم أكثر في أداة البحث المتمثلة في الاستبيان ، وقد انتهى بنا المطاف إلى اختيار خمسة (05) أساتذة جامعيين و طالب (01) في الماجستير وستة (06) وسطاء ذوي مستوى ليسانس.

بعد عقد جلسات عمل مع الوسطاء دامت حوالي يوما كاملا من أجل شرح طبيعة العمل وخطواته ، تم شرح أسئلة الاستمارة و توضيح مضامينها، مع مناقشة مستفيضة حول طريقة التعامل مع المبحوثين من قبل الوسطاء، و تم في اليوم الموالي الشروع في توزيع الاستمارات وفقا للمعايير المتفق عليها.

نشير في هذا الصدد إلى أن عملية التوزيع لم تكن بالسهولة المنتظرة ، إذ أن الولوج إلى العائلات لم يكن سهلا على الإطلاق ، حيث كنا نتلقى ردودا سلبية بالتعاون معنا ، إلا أن صبرنا و تحلينا بالروح العلمية جعلنا في الكثير من الأحيان نتغلب على هذه الصعاب.

-المرحلة الثالثة: جمع الاستمارات (20 أوت 2010 إلى 20 سبتمبر2010): لقد قمنا بالتنقل إلى مختلف البلديات في العديد من المرات لاسترجاع الاستمارات، إلا أنه واجهتنا الكثير من الصعوبات في عملية تحصيلها، حيث أن بعض المبحوثين لا يجيبون على بعض الأسئلة مما اضطرنا للرجوع إلى هذه البلديات مرارا و تكرارا ، و هناك من لم يجب على استمارة بكاملها مما اضطرنا إلى الإلحاح عليهم بطريقة سلسة و إعطاءهم مهلة أكبر حتى تتسنى لهم الإجابة بوضوح وصدق . و هناك من ضيع الاستمارات

في حد ذاتها مما اضطرنا إلى إعادة توزيع و انتظار مدة إضافية لتحصيلها، و هذا ما حدث في بلدية "مسعود بوجريو" مثلا.

-المرحلة الرابعة و الأخيرة: مرحلة تفريغ و تحليل البيانات (من 20 سبتمبر 2010 إلى 27 مارس 2011) و قد تضمنت هذه المرحلة عملية تفريغ و تبويب البيانات في جداول بسيطة و متقاطعة عالجناها إحصائيا، كما قمنا بتحليلها و تفسير ما جاء فيها.

1-2-المجال المكاني:

ويقصد به النطاق الذي أجريت فيه الدراسة، وهو يخص المجال الجغرافي أو منطقة الدراسة و التي تم فيها جمع المعطيات الميدانية. إن توضيح مجال الدراسة الجغرافي يعني تحديد منطقة الدراسة، و إن ولاية قسنطينة ككل هي مجال دراستنا ، أي المجال الجغرافي الذي يقع داخل حدود الولاية كلية ، بمعنى مدينة قسنطينة بكل بلدياتها الاثني عشرة (12).

نذكر بأن ولاية قسنطينة تضم ستة (6) دوائر و اثنا عشر (12) بلدية نوردها كالآتي:

دائرة قسنطينة : وتضم بلدية قسنطينة ، يقدر عدد سكانها بحوالي (976000) نسمة حسب إحصائيات 2010 ، و تعتبر عاصمة إقليمية هامة ذات تركيز حضاري شديد ، وفيما يخص الكثافة السكانية فقد بلغت (428) نسمة في الكيلومتر المربع الواحد خلال 2010 ، وبلغت نسبة التحضر فيها 94 % .[1] وتستمد مميزاتها و خصائصها من مميزات وخصائص المدينة بصفة عامة نصفها كمايلي:

- المميزات الجغرافية للمدينة و البلدية المركز:

تقع مدينة قسنطينة بالشرق الجزائري وتعد ثالثة المدن الجزائرية الكبرى بعد العاصمة ووهران، تحتل مكانا استراتيجيا وموقعا جغرافيا متميزا، حيث تتربع على كتلة صخرية ترتفع عن سطح البحر بـــ (736) مترا و أدنى ارتفاع بالصخرة (564) مترا ، يحيط بها "واد الرمال" الذي زاد من أهميتها ، تقدر مساحتها بـــ : (2.297.20) كم^2. إن الشيء الذي زاد من أهميتها هو موقعها الذي يتوسط إقليم الشرق الجزائري، إذ أنها تقع على خط التل الذي يشكل المحور الذي تتلاقى فيه شبكة الطرق الممتدة عبر المدن الجزائرية في مختلف الاتجاهات، وهو أحد الأقاليم الاقتصادية والسكانية الرئيسية الهامة منذ القديم، و حتى وقتنا الحاضر ، إنها بوابة الشرق الجزائري والمنفذ الرئيسي للصحراء وإذا كانت الاكتشافات الأثرية والكتابات التاريخية قد أثارت جدلا في أصول نشأة المدينة، فقد اتفقوا على أنها " عرفت الاستقرار البشري منذ أكثر من ثلاثة آلاف سنة قبل الميلاد وكانت محط حضارات مختلفة، بربر، فينيقيون وبيزنطيون وعرب و أتراك وفرنسيون كلهم عبروا بالمدينة وأعطوا لها ملامحها الأساسية. ودام حكم النوميدين بها (157) سنة حيث مر بها ملوك نوميديا أمثال ماسينيسا، سيفاكس يوغرطة و ميسيبالمة،

[1] www.wilayadeconstantine.org.

ويعتقد أن اسم قرطا مشتق من قرطاج و يعني قرطاج الحديثة، كما كانت تابعة لقبائل المسيلين والذين جعلوها من أهم المراكز التي راجت فيها الحضارة البونيقية ومنحها البونقيون اسم "كرطة" أو "كرثن" و تعني القلعة أو المدينة وهو الاسم الذي حرف فيما بعد إلى "سرتا"، وفي عهد الأتراك ، اختيرت قسنطينة " كعاصمة لبايلك الشرق" ، كما كانت عاصمة الشرق الجزائري لغاية 1974 تاريخ أول تقسيم إداري للولايات، وهي اليوم إحدى المدن الثلاث الكبرى بالجزائر.[(1)]

وبعد مختلف التقسيمات الإدارية التي تعرضت لها، أصبحت اليوم تتكون من ستة (6) دوائر وهي قسنطينة الخروب، عين اعبيد، زيغود يوسف، حامة بوزيان، ابن زياد، واثنا عشرة (12) بلدية وتحدها هذه البلديات كالتالي:الحامة، ديدوش مراد، زيغود يوسف وبني حميدان شمالا، الخروب وأولاد رحمون جنوبا؛ ابن زياد مسعود بوجريو وعين اسماره غربا؛ وشرقا ابن باديس وعين اعبيد .

دائرة الخروب: وتضم

– بلدية الخروب: تعد من أكبر البلديات في قسنطينة ، يبلغ عدد سكانها (179.033) نسمة حتي احصائيات 2008 ، تمتاز بكثافة سكانية شديدة.[(2)]

– بلدية عين اسمارة:[(3)] تأسست عام 1877، وفي عام 1963 ضمت إلى بلدية واد العثمانية إلى غاية ديسمبر 1984 ، حيث بموجب التقسيم الإداري الأخير أصبحت بلدية قائمة بذاتها . كانت تسمى قديما " كاستيلوم ارسكالي طانيم" ، بنيت فوق هضبة يبلغ طولها (450) مترا و عرضها (250) مترا محصنة على نحو خارق بالطبيعة.

– تعريف البلدية جغرافيا: تقع في الجنوب الغربي لولاية قسنطينة و يتوسطها عبور خط زلزالي وهي مصنفة ضمن المناطق الفلاحية ، تبعد عن مقر الولاية بـــ (13) كلم ،يحدها من الشمال الشرقي مقر الولاية،ومن الجنوب الشرقي بلدية الخروب و من الجنوب الغربي ولاية ميلة و من الغرب بلدية وادي العثمانية (ولاية ميلة) أما من الشمال الغربي فتحدها بلدية ابن زياد. تتربع البلدية على مساحة تقدر بـــ (175) كيلومتر مربع ويبلغ عدد سكانها (36998) نسمة حسب إحصاء 2008/04/16 [(4)]، و بلغ عدد سكان المناطق الحضرية (2137) نسمة، و عدد سكان المناطق المبعثرة (2637) نسمة.

–الثروة الفلاحية: يغلب على البلدية مجالها الفلاحي ذو الطابع الزراعي و تربية الحيوانات، و هو تقريبا المورد الرئيسي لسكانها. تبلغ بها المساحات الزراعية (19750)هكتار، و تعتبر زراعة القمح الأكثر انتشارا.

–المجال التعليمي:يبلغ عدد المؤسسات التعليمية بها (15) مدرسة ابتدائية، و (05) متوسطات و ثانويتين و متقن، بالإضافة إلى قسم للمعوقين و قسمين لجمعية "اقرأ" لمحو الأمية و مركز للتكوين المهني.

---

(1) فريال عباس ، مراسيم الزواج في مدينة قسنطينة،مقاربة انثروبولوجية،مذكرة ماجستير بقسم علم الاجتماع و الديموغرافيا ،جامعة قسنطينة، 2005/2004 ، ص.ص.13،14.

(2) www.archive.wikiwix.com.

(3) www.wilayadeconstantine.org.

(4) www.archive.wikiwix.com.

-مجالات الأنشطة:تملك البلدية مركزا ثقافيا ذو موصفات عالية ، كما أنجزت البلدية مكتبة انطلقت بها النشاطات سنة 2008 تتسع لــ (350) مقعدا، كما تنشط عدة جمعيات لمختلف الرياضيات بالبلدية.
-المجال الصحي:يوجد بالبلدية عيادة متعددة الخدمات و مركز للطب المدرسي و مخابر للتحاليل الطبية.
-المجال الاقتصادي:توجد بها مؤسسات عمومية و خاصة. و لعل أهمها المؤسسة الوطنية لعتاد الأشغال العمومية.(1)

-بلدية أولاد رحمون:(2)تأسست سنة 1884، و أدمجت سنة 1963 ضمن بلدية الخروب، و في سنة 1984 أصبحت بلدية بذاتها، تقع جنوب ولاية قسنطينة تحدها من الشمال الشرقي بلدية ابن باديس و من الشرق بلدية عين اعبيد و من الجنوب بلدية سيقوسن و من الغرب بلدية واد سقان و اولاد حملة و عين مليلةن تبلغ مساحتها 209 كلم2، و يبلغ عدد سكانها حسب الاحصاء لعام 2008 ، (26384) نسمة.

دائرة زيغود يوسف: وتضم

-بلدية زيغود يوسف: يعود إنشاء بلدية زيغود يوسف إلى العهد الاستعماري سنة 1863، حيث كانت تعرف آنذاك باسم "كوندي سمندو" (Cande Smendou)، بقية تابعة إلى مقر ولاية قسنطينة، و أثناء تقسيم 1974 تم ترقيتها إلى مقر دائرة و حولت إلى ولاية سكيكدة، و عند تقسيم 1984 تم أعادتها مرة أخرى إلى ولاية قسنطينة. تقع شمال قسنطينة يحدها من الشمال ولاية سكيكدة ، من الغرب ولاية ميلة، و من الشرق ولاية قالمة و من الجنوب ولاية قسنطينة. تتربع على مساحة إجمالية قدرها (236.95)كم2، و يبلغ عدد سكانها حسب إحصائيات 2008، (35119) نسمة، و تعتبر بلدية ذات طابع فلاحي.(3) تبعد عن عاصمة الولاية بـــ (25) كم.(4)

-بلدية بني حميدان: تقع في شمال ولاية قسنطينة، و تتربع على مساحة (131.02) كم²، و يبلغ عدد سكانها (9367) نسمة -حسب احصاء 2008-، تحدها من الشرق بلدية زيغود يوسف، و من الغرب بلديتي مسعود بوجريو و القرارم (ولاية ميلة) و من الجنوب بلديتي حامة بوزيان و ديدوش مراد، و من الشمال بلدية بني والبان (ولاية سكيكدة). تعد بلدية بني حميدان بلدية فلاحية بالدرجة الأولى، فهي رائدة في إنتاج الحبوب و تربية الأبقار(5) و معظم سكانها فلاحون و لكن الشيء الذي جعلها من أكثر البلديات فقرا و جعل سكانها أكثر السكان معاناة هو التسيير غير الكفء للمسؤولين، بالرغم من أنها تملك إمكانيات فلاحية و طاقات شبابية معتبرة كما أنها تضم معالم تاريخية و سياحية هامة بمنطقة تيديس الأثرية.(6)

(1) www.wilayadeconstantine.org.
(2) Ibid.
(3) Ibid.
(4) www.ar.wikipedia.org.
(5) www.wilayadeconstantine.org.
(6) www.ar.wikipedia.org.

دائرة عين اعبيد: و تضم

-بلدية عين اعبيد:

أنشأت عام 1885 و تتربع على مساحة (323.80) كم^2، و يبلغ عدد سكانها (36000) نسمة حسب إحصائيات 2008.[1]

تعريفها جغرافيا: تقع أقصى الجنوب الشرقي لولاية قسنطينة على بعد (42) كم جنوب مقر الولاية. تحدها من الشمال برج صباطا (ولاية قالمة)، و من الشمال الشرقي بلدية عين رقادة (ولاية قالمة)، و من الجنوب الشرقي بلدية تاملوكة (ولاية قالمة) ، و من الجنوب بلدية العامرية (ولاية ام البواقي)، و من الجنوب الغربي بلدية سيقوس (ولاية أم البواقي)، و من الغرب بلدية أولاد رحمون و من الشمال الغربي بلدية ابن باديس.

تتميز أراضيها بسهول كثيرة حيث تشكل مساحة الأراضي الزراعية 97.72 % من مجموع المساحة و نحوي 8.30 % غابات.[2] و هي من أهم المناطق في إنتاج الحبوب على المستوى الوطني. و من الناحية التاريخية ارتبط اسمها باحداث 20 اوت 1955.[3]

في المجال التعليمي تحتوي البلدية على (21) مدرسة ابتدائية و (04) متوسطات و مركز للتكوين المهني و التمهين و ثانويتين ، أما في مجال النشاطات فتضم ملعب بلدي و حديقة عمومية، (10) مساجد و مكتبة للبلدية و مركز ثقافي ، وفي المجال الاقتصادي تمتاز بوجود أزيد من (15) محجرة بالإضافة إلى وحدات صناعية أخرى.[4]

-بلدية ابن باديس:[5]

سميت بهذا الاسم نسبة إلى العلامة عبد الحميد بن باديس، و يرجع إنشاء هذه البلدية إلى التقسيم الإداري لسنة 1984، و هي على بعد (33) كلم عن مقر الولاية. متربعة على مساحة (310.42)كم^2، و بذلك تعد اكبر بلدية من حيث المساحة على المستوى الولاية ، يبلغ عدد سكانها حوالي (20) ألف نسمة، لها موقع جغرافي مميز إذ أن لها حدود مع عاصمة الولاية بالإضافة إلى ثلاث بلديات أخرى من بلديات قسنطينة (الخروب-عين اعبيد-أولاد رحمون) و تشترك حدودها مع كل من ولاية سكيكدة (أولاد حبابة) و قالمة (برج صباطا).

(1) www.wilayadeconstantine.org.
(2) Ibid.
(3) www.ar.wikipedia.org.
(4) www.wilayadeconstantine.org.
(5) Ibid.

دائرة الحامة: وتضم

-بلدية الحامة:

سميت بهذا الاسم نسبة غالى الشهيد "احسن بوزيان" بعد الاستقلال. حيث كانت تحمل اسم (Village Negro) ثم تحول اسمها إلى (Hamma Plaisance) أي حامة المتعة أو الممتعة أثناء تواجد الاستعمار الفرنسي، تبعد عن العاصمة الولاية بنحو (9) كلم، كما تعتبر ثالث أكبر بلدية في الولاية من ناحية السكان.[(1)].

تبلغ مساحتها (71.18) كلم2، و يقطنها (79019) نسمة (حسب الاحصاء العام للسكان و السكن لسنة 2008)، تحدها من الجنوب الشرقي مدينة قسنطينة، و من الغرب بلدية ابن زياد، و من الشمال الشرقي بلديتي ديدوش مراد و بني حميدان، و من الشمال الغربي بلدية مسعود بوجريو.

يغلب على البلدية الطابع الفلاحي بالدرجة الأولى، ليأتي بعدها القطاع الصناعي و الإنتاجي الذي يضم عدة مؤسسات عمومية و خاصة.[(2)]

-بلدية ديدوش مراد:[(3)]

نشأت عام 1862 و كانت تسمى في القديم "بيزو" (Bizot) نسبة إلى أحد المعمرين، و لم يتغير اسمها إلا سنة 1971 حيث أصبحت تعرف باسم بلدية "ديدوش مراد".تتربع على مساحة تقدر بـــ (115.70) كم^2، يحدها شمالا و شرقا زيغود يوسف، و غربا بلدية بني حميدان، و جنوبا بلدية قسنطينة، بلغ عدد سكانها حسب آخر الاحصائيات (44499) نسمة منها 70 % شباب.

في المجال التعليمي: يوجد بها (17) مؤسسة تربوية في الطور الابتدائي، (05) متوسطات، و ثانويتين و متقن.

في مجال الأنشطة: هناك هياكل ثقافية (مركز ثقافي، مكتبة بلدية، مركز للتكوين المهني) و هياكل رياضية (ملعب بلدي، مركب رياضي).

المجال الاقتصادي: تضم بلدية ديدوش مراد منطقة صناعية مهمة أنشأت عن طريق قرار وزاري سنة 1984 تضم أهم وحدات الإنتاج في مجال: الآجر، المطاحن.

مجال الصحة: تضم البلدية قاعة متعددة الخدمات و مؤسسة استشفائية و مركز صحي بيداغوجي.

(1) www.ar.wikipedia.org.
(2) www.wilayadeconstantine.org.
(3) Ibid.

دائرة ابن زياد: وتضم

-بلدية ابن زياد:

نشأت عام 1874 أطلق عليها اسم (Rouffach) نسبة إلى منطقة تقع في فرنسا و بالضبط في الشرق الفرنسي في جبال الألزاس نظرا لكون المعمرين الأوائل جاؤوا من هذا المكان ، ثم تغير بعد الاستقلال الاسم ليصبح "ابن زياد" نسبة إلى منطقة "بني زياد" و هي قرية تقع جنوب البلدية كانت تابعة لبلدية "واد العثمانية" و عند تقسيم سنة 1971 عينت بلدية تابعة لدائرة ميلة ولاية قسنطينة و في سنة 1985 عينت ابن زياد دائرة.

يحدها من الشمال بلدية مسعود بوجريو، و من الجنوب بلدية عين السمارة، و من الشمال الشرقي بلدية حامة بوزيان، و من الجنوب الشرقي بلدية قسنطينة و من الغرب بلديتي عين التين و سيدي خليفة (ولاية ميلة)، تغطي البلدية مساحة (150) كلم2، و يبلغ عدد سكانها (18864) نسمة -حسب إحصائيات 2008- ، حيث يمثل الشباب نسبة 60 % ، و تبعد البلدية عن مقر الولاية بـــ (23) كلم.[1]

أما فيما يخص النشاطات الاقتصادية و الاجتماعية، فان الملاحظ في هذه البلدية ارتفاع نسبة البطالة في ظل انعدام فرص العمل، كما تعاني البلدية من ركود كبير نتيجة غلق مصنع الخزف و تسريح حوالي(300) عامل.[2]

في مجال التعليم: تضم (5) مدارس ابتدائية و (3) متوسطات و ثانوية و مركز للتكوين المهني.

في مجال الصحة: يوجد مركز صحي واحد.

في المجال الثقافي و الرياضي: تضم البلدية مركز ثقافي و مكتبة في طور الانجاز كما تتوفر على ملعب بلدي و مسبح.[3]

-بلدية مسعود بوجريو: (عين الكرمة سابقا)

يبلغ عدد سكانها 9050 نسمة و ذلك حسب إحصائيات سنة 2008 [4]، تقع في الشمال الغربي من الولاية تضم عدة قرى، و هي الأبعد من بلديات قسنطينة ، تبلغ مساحتها (106.00) كلم^2.[5]

2-المجال البشري: و يقصد به المجال البشري أو خصائص الجماعات التي تعيش بالمجال الجغرافي المدروس و الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية.

(1) www.wilayadeconstantine.org.
(2) www.ar.wikipedia.org.
(3) www.wilayadeconstantine.org.
(4) www.archive.wikiwix.com.
(5) www.ar.wikipedia.org.

إن طبيعة المكان وأهميته الجغرافية لعبا دورا هاما في استقطاب السكان عبر المراحل التاريخية التي مرت بها المدينة والتي زاد من أهميتها قدرة موضعها على استيعاب المجموعات البشرية وعلى تقديم الوظائف الاقتصادية والاجتماعية التي يضمنها الموقع، حيث أنها عرفت نزوحا ريفيا هاما في فترات تاريخية خاصة في الفترة ما بين 1937 و 1962 نتيجة حرب التحرير وتحويل مناطق الشمال القسنطيني كله إلى مناطق محرومة اتبعت فيها فرنسا سياسة الأرض المحروقة . لقد عرفت قسنطينة ظاهرة الهجرة من إقليمها بالدرجة الأولى مع بداية الاحتلال الفرنسي، لتستمر تياراتها القوية بعد الاستقلال.(1)

لقد ضم الاطار البشري للدراسة عينة تتكون من مائة وعشرون (120) عائلة من ولاية قسنطينة بحيث يمثل كل عائلة فردين(2) من الجنسين ذكورا و إناثا يبلغان سن الثامن عشر (18) فما فوق.

3- منهج الدراسة:

إن طبيعة الموضوع و الإمكانات المتاحة من وسائل و وقت تعتبر من بين محددات اختيار منهج أو أكثر، و إن الباحث لا يختار المنهج في دراسته، و لكن طبيعة الموضوع و الأهداف التي يرمي الوصول إليها و مستوى المعلومات المتوفرة حول الموضوع تعتبر من المحددات الرئيسية لاختيار المنهج المستخدم.

و يعرف "موريس انجرس" المنهج بأنه كيفية تصور و تخطيط العمل حول موضوع دراسة ما، حيث يتدخل بطريقة أو أكثر أو اقل إلحاح بأكثر أو اقل دقة في كل مراحل البحث.(2)

و يعرف كذلك على أنه تحليل منسق و تنظيم للمبادئ و العمليات العقلية التجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي، أو تؤلفه العلوم الخاصة.(3)

و قد فرضت علينا طبيعة دراستنا اختيار منهجين:

- المنهج التاريخي: بغرض التأصيل للمادة النظرية في الجانب الذي يتعلق بتاريخ الإذاعة سواء على الصعيد العالمي أو الجزائري.

- المنهج الوصفي: فتبعا لطبيعة الموضوع الذي يمكن تصنيفه ضمن الدراسات الوصفية، كونه تهدف إلى وصف و تفسير الظواهر موضوع الدراسة . و يعرف هذا الأخير على أنه دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة الاجتماعية أو الموقف أو جماعة من الناس أو أحداث.(4)

و يمر هذا النوع من الدراسات بمرحلتين:

---

(1) فريال عباس ، مرجع سابق،ص.16.

(2) موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، الطبعة الثانية، دار القصبة، الجزائر،2006، ص.99.

(3) محمد محمد قاسم، المدخل إلى منهج البحث العلمي، دار المعرفة، مصر،2003،ص.52.

(4) زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، الطبعة الثانية ، المكتبات الكبرى ، القاهرة ، 1980 ، ص. 341.

– المرحلة الأولى: هي استطلاع و استكشاف الظواهر التي لا تتوفر فيها معلومات دقيقة، و هنا تكون مهمة الوصف في زيادة ألفة الباحث بالظواهر أو التوصل إلى إستبصارات جديدة تمهد للمرحلة الثانية.
–المرحلة الثانية: التي تكون في الغالب ذات طبيعة تفسيرية تسعى إلى استخلاص التعميمات حول الظواهر المدروسة.[1]

في هذا الصدد لم نكتف بجمع و وصف جوانب الظاهرة موضوع الدراسة، و إنما عملنا على البحث بالتدقيق في العوامل المؤثرة فيها و ربطها بأبعاد و مؤثرات تخص موضوع الإذاعة المسموعة في الجزائر، من خلال جمع البيانات، تصنيفها، تبويبها، و تحليلها إحصائيا من أجل استخلاص النتائج، لمعرفة مدى تحقق الأهداف المسطرة عند انطلاق الدراسة .

كذلك استعمل المنهج الوصفي التحليلي عند تقصي و تحليل مضامين التشريعات القانونية الخاصة بمؤسسة الإذاعة الجزائرية ابتداء من سنة 1967 إلى غاية آخر قانون لسنة 1991، و ذلك حتى نضع أمام العيان الميكانزمات و الآليات التي يسير بها قطاع يعد من أهم القطاعات و أشدها حساسية على الإطلاق في أي بلاد.

3– أدوات جمع البيانات:

3–1–الملاحظة:

تعد الملاحظة من أهم الأدوات في جمع البيانات و تمثل إحدى تقنيات البحث السوسيولوجي المعول بها في البحث العملي ، كما تعد أحد المصادر الأساسية للحصول على البيانات و المعطيات التي تدعم موضوع الدراسة.

و قد اعتمدنا هذه التقنية بدرجة كبيرة خلال تواجدنا في مختلف البلديات لولاية قسنطينة خلال المرحلة الاستطلاعية و أثناء توزيع الاستمارات و ملئها. و قد ساعدتنا أداة الملاحظة في رصد مختلف السلوكات المتعلقة بعادات ممارسة الاستماع و ردود الأفعال الخاصة بالمستمعين عند استجوابهم و الحوار معهم و كذا الاطلاع على مختلف الظروف المحيطة بالبيئة الاتصالية للمبحوثين.

كما أن استعمال الملاحظة البسيطة خلال زيارتنا لبيوت المبحوثين أثناء ملئ الاستمارات ساهم في معرفة مدى رضا المستمعين عن إذاعتهم و ذلك بالسماح لهم بالتعبير عن مشاعرهم و أحاسيسهم أثناء تفاعلهم مع البرامج الإذاعية.

3–2–الاستبيان:

يعتمد منهج البحث أي كان نوعه على أدوات و وسائل لجمع البيانات التي يستعين بها الباحث في الإجابة على ما أثاره تساؤلات، و كذا التحقق من صدق الفروض المقترحة وصولا إلي النتائج التي يرغب فيها، و من جملة الأدوات المستعملة نجد الاستبيان كأداة لجمع البيانات، و الذي يعرفه الباحثون بأنه تلك القائمة من الأسئلة يحضرها الباحث بعناية كبيرة للتعبير عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة

---

[1] عدلي علي أبو طاحون، مناهج و إجراءات البحث الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،1998،ص21.

الموضوعة لتقدم إلى الأفراد المبحوثين من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة و تعريفها من جوانبها المختلفة.(1)

و لقد قمنا في غالبية الأحيان باستعمال الاستبيان بالمقابلة سواء ، و هذا بغرض الحصول على معلومات دقيقة و مركزة قدر الإمكان و هذا تلافيا لعملية إعادة توزيعه على المبحوثين في حالة عدم فهمهم و من ثمة الرجوع مرة أخرى لاسترجاعه مما يتطلب وقتا إضافيا. و إن الفارق في المستوى التعليمي و كذا لغة التكوين بالنسبة للمبحوثين حتم علينا طريقة ملأ الاستبيان بحضورنا أو حضور الوسيط. و هذا حتى يتسنى للمستجوب الإجابة دون ضغوط و كذلك شرح ما استعصى من مفردات و مصطلحات و ترجمتها في الحالات المطلوبة.

لقد مرت عملية بناء الاستبيان بالعديد من المراحل نوجزها فيمايلي:

المرحلة الأولى: تصميم مجموعة من الأسئلة، وضعت بين أيدي المشرف لإبداء الملاحظات الضرورية اللازمة من الناحية المنهجية، و بالفعل قد ابدي رأيه في الشكل و المضمون العام، و تم تعديل ما تطلب تعديله.

المرحلة الثانية: قام الباحث بتجريب الاستبيان على عدد من المبحوثين (مستمعين) حتى يتسنى له تغيير ما يمكن تغييره و تعديل ما يمكن تعديله و إلغاء أو إضافة ما يمكن إضافته من أسئلة ، و في هذا الصدد كانت هناك تعديلات على مستوى بعض الأسئلة.

المرحلة الثالثة:عرض الأسئلة على بعض الأساتذة بغرض إبداء رأيهم في مضمون الأسئلة و مناقشتها و تحديد مدى معالجتها لمتغيرات الدراسة و كذا مدى تطابقها مع فروض الدراسة، و بالفعل فقد كان النقاش مثمرا أفضى إلى تعديلات في مصطلحات بعض الأسئلة التي كانت في بعض الأحيان متخصصة و بالتالي من الممكن أن لا تكون في متناول المبحوثين ذوي المستوى التعليمي البسيط.

لقد شملت استمارة البحث على أربعة (04) محاور كبرى، احتوت في مجموعها على ستون (60) سؤالا مغلقا ونصف مغلق، و سؤال واحد مفتوح لتمكين المبحوثين من الإدلاء بما يرونه مناسبا في موضوع الدراسة، و كانت المحاور كمايلي:

-المحور الأول: و قد شمل خمسة عشر(15) سؤالا مقسمة إلى فرعين :

1-البيانات الشخصية، و تضمن أسئلة تخص المبحوث من حيث الجنس، السن، الحالة المدنية، مكان الإقامة، المستوى التعليمي، المهنة، و هي الأسئلة من واحد (01) إلى ستة (06).

2- بيانات عن الإذاعة و خصائصها في ولاية قسنطينة، و شمل تسعة (09) أسئلة من الرقم سبعة (07) إلى الرقم خمسة عشر (15).

(1) احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، الطبعة الثالثة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2007،ص.220.

– المحور الثاني: يخص الأسئلة التي تتمحور حول دور الإذاعة في معالجة المشكلات و تناولها سواء كانت مشكلات اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية، و هي الأسئلة التي تبدأ من رقم ستة عشر (16) إلى غاية ثمانية و عشرين (28).

–المحور الثالث: و قد تضمن ثلاثة عشرة (13) سؤالا اختص بدور الإذاعات المحلية في تكريس التنوع الثقافي، و كان ترقيم الأسئلة من السؤال التاسع و العشرون (29) إلى غاية السؤال الواحد و الأربعين (41).

–المحور الرابع: الذي تعالج أسئلته فرضية مؤداه بأن الإذاعات المحلية تزيد في عملية الاندماج الاجتماعي، و هي الأسئلة التي تبدأ من السؤال الثاني و الأربعون (42) إلى غاية السؤال الستون (60).

لقد اشتمل الاستبيان من خلال الإجابات المقترحة المغلقة و النصف مغلقة و المفتوحة (سؤالا واحدا) كما تم الاعتماد على مقياس مجموع التقديرات لـــ (ليكرت) المستعمل كثيرا في قياس الاتجاهات تجاه ظاهرة ما في مجال البحوث الاجتماعية، حيث يحتوي هذا المقياس على خمس (5) عبارات، أو سبع (7) عبارات، أو تسع (9) عبارات، و الأساس في تقدير الوزن لكل عبارة هو المبحوث ذاته، و منه يمكن تقدير الاتجاه و شدته بناء على أوزان هذه العبارات.[1]

و في حالة بحثنا اعتمدنا على خمسة عبارات جاءت أغلبيتها على شكل:

موافق تماما (دائما) و لها شدة (+2)، موافق في الغالب (غالب) و لها شدة (+1)، موافق إلى حد ما (أحيانا) و لها شدة صفر (0) باعتبارها حالة وسطية محايدة، لست موافق في الغالب (نادرا) و لها شدة (–1)، لست موافق تماما (إطلاقا) و لها شدة (–2).

إن الهدف الأساسي من اعتماد مقياس (ليكرت) هو معرفة اتجاه المستمعين في العديد من القضايا المهمة بالنسبة للدراسة الراهنة ، و قد اعتمدناه في الأسئلة التالية:

–سؤال رقم (33) و يختص باتجاه المستمعين نحو البرامج الإذاعية المتابعة.

–سؤال رقم (34) و يختص باتجاه المستمعين نحو البرامج الثقافية حسب الأفضلية.

–سؤال رقم (42) و يختص بترتيب الوسائل الإعلامية من قبل المستمعين.

–سؤال رقم (52) و يختص بترتيب مواضيع معينة حسب درجة بروزها من طرف المستمعين.

و قد قسمت الأسئلة المغلقة والتي تعتمد على مجموعة من الإجابات المحددة مسبقا حسب الأشكال الآتية:

–الاستجابات الثنائية: وهي على شكل (نعم) أو (لا) السؤال رقم (7) ، (16) ، (2) ، (22) ، (27) .

–الخيارات المتعددة: و فيها تتعدد البدائل للسؤال الواحد، و يمكن فيها للمبحوث أن يختار بديل واحد يتفق مع وضعيته، وقد يسمح له باختيار أكثر من بديل، يرى انه يتفق و وضعيته.

السؤال رقم (9) ، (10) ، (11) ، (12) ، (13) ، (14) ،(15) ، (23) ، (24) ، (25) ، (26) ، (27) ، (28) ، (29) .

[1] محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص، 346.

-الترتيب حسب الأهمية: يطلب الباحث فيها من المبحوث، إعطاء أرقام تدل على درجة الأهمية (الشدة في حالة موضوعنا): السؤال رقم (33)، (34)، (42)، (52).

و في الأخير لقد راعينا العديد من الاعتبارات عند صياغة أسئلة الاستبيان كتفادي الكلمات الصعبة و الغامضة، و تفادي الأسئلة الإيحائية و كذلك تفادي الأسئلة المزدوجة.

3-3- السجلات و الوثائق:

لقد اعتمدنا في دراستنا بالدرجة الأولى على كل المراسيم و القرارات و المنشورات الوزارية التي تتعلق بمؤسسة الإذاعة الجزائرية و التي كانت من خلالها تنظم و تسير .

لقد مكنتنا هذه القوانين من عقد مقارنات خصبة بين مختلف المراحل التي مر بها قطاع الإعلام و الاتصال، و مكننا من استخراج استنتاجات ذات دلالات هامة بالنسبة لدراستنا.

4-عينة الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد حجم العينة من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، مما يستدعي من الباحث مراعاة الضوابط التالية:(1)

-طبيعة التكوين الداخلي لمجتمع البحث الأصلي من حيث تجانس أو تباين مفرداته.

-طبيعة المعالجة و مستواها العلمي للموضوع.

-درجة تمثيل العينة لجميع خصائص مجتمع البحث.

إذ تهدف العينة إلى بناء نماذج مصغرة من المجتمع الكلي بغية الوصول إلى نتائج قابلة للتعميم على المجتمع المستخرجة منه ، مع ضمان درجة التجانس بين أفراده حتى تكون العينة ممثلة له.(2) فقد يتركب المجتمع من وحدات كالأفراد أو الأسر مثلا، ويتعين على الباحث أن يحدد ما إذا كان يجمع بياناته من كل وحدات المجتمع الذي حدده أم من عينة.(3)

بالإضافة إلى الشروط السابقة التي يجب مراعاتها عند تصميم العينة، هناك شرط آخر لا يقل أهمية عن سابقيه و يتمثل في الإمكانيات المادية للباحث و الاعتبارات الزمنية للدراسة.(4) لاسيما أن دراستنا ستشمل كل بلديات قسنطينة ، وهذا أمر يصعب مناله سواء من الناحية الاقتصادية (الدراسة مكلفة) أو من الناحية الأجندة الوقتية للبحث.

---

(1) أحمد بن مرسلي، مرجع سابق، ص.173.

(2) Reine Charles, Christian William, La Communication Orale , Ed. Nathan, Paris, 1997, P.96.

(3) عاطف عدلي العبد، زكي احمد عزمي، الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام:الدراسات الميدانية-تحليل المحتوى-العينات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص.139.

(4) عبد الغني عماد، منهجية البحث في علم الاجتماع: الإشكاليات، التقنيات، المقاربات، دار الطليعة، الطبعة الأولى، بيروت، 2007، ص.55.

لقد كان تصميم عينة الدراسة وفق الخطوات التالية:

إختيار عينة البلديات:

فيما يخص بلديات ولاية قسنطينة، فقد استعملنا فيها أسلوب الحصر الشامل، و هذه التقنية تعد من أهم تقنيات المنهج الوصفي، و تهدف الدراسات التي تعتمد على الحصر الشامل إلى

التغطية الشاملة لكل متغيرات الدراسة، قصد الكشف عن الواقع الفعلي للوضع الراهن للظاهرة الاجتماعية.

لقد قمنا بمسح شامل لكل ولاية قسنطينة عبر بلدياتها الإثني عشر (12) و التي تمثلت في:

– بلدية قسنطينة – بلدية الخروب – بلدية عين اسمارة – بلدية حامة بوزيان – بلدية ديدوش مراد – بلدية زيغود يوسف – بلدية ابن زيد – بلدية عين اعبيد – بلدية أولاد رحمون – بلدية ابن باديس – بلدية مسعود بوجريو – بلدية بني حميدان.

اختيار عينة الأحياء:

نظرا لاتساع الرقعة الجغرافية المستهدفة في كل بلدية و نتيجة لكبر حجم المجتمع و تعدد أماكن تجمعاته من جهة، و محدودية الإمكانيات و الوسائل للباحث ، فقد لجأنا في كل بلدية إلى ما يسمى بالعينة المكانية، حيث قمنا باختيار عمدي (قصدي) لوسط (مركز) كل بلدية بناء على اعتبارات موضوعية أهمها:

- يعتبر مركز البلدية بأحيائه ملتقى جميع الاتصالات بكل أنواعها.
- يضمن كل مركز بلدية بأحيائه العمرانية وجود مختلف الشرائح المجتمعية بجميع تناقضاتها (عدم إقصاء أي شريحة).
- يعد مركز البلدية أهم نقطة للتجمع السكاني.

اختيار عينة الأسر:

قمنا باختيار قصدي لمجموعة من وحدات السكان تمثلت في أسر من البلديات الإثني عشر (12)، و قد تم الاستقرار على عشرة (10) عائلات في كل بلدية، بحيث يشترط في هذه العائلات مايلي:

- توفرها على مذياع داخل البيت.
- الاستماع إلى الإذاعة بشقيها الوطني و المحلي للتعاطي مع موضوع الدراسة بكل وعي.
- بلوغ الأفراد سن الثامنة عشرة سنة (18) سنة فما فوق على اعتبار انه فردا ناضجا و راشدا من الناحية القانونية و يستطيع أن يميز في إجاباته بكل وعي.

لقد كانت هذه المرحلة من البحث من أشق و أصعب المراحل، حيث اعتمدنا في هذا الصدد على مخبرين (مرشدين) من البلديات أرشدونا إلى عائلات بعينها يتوفر فيها موضوع دراستنا، وكان لعلاقاتنا الشخصية الدور الحاسم في هذا المجال.

بعدها قام الباحث باختيار فردين (02) عن كل أسرة من العشرة (10) أسر المعنية في كل بلدية، مع العلم أن مفهوم الأسرة سمح لنا بتوفير متغير الجنس (ذكر/أنثى) و الابتعاد قدر الإمكان عن العشوائية التي توقعنا في مجال سبر الآراء. و بناء على هذه المعطيات كان تصميم و بناء العينة كمايلي:

- لدينا اثنتي عشرة (12) بلدية موزعة على ولاية قسنطينة.
- أخذنا عشرة (10) أسر بالنسبة لكل بلدية.
- ينتج لدينا مائة و عشرون (120) أسرة موزعة على مختلف بلديات قسنطينة.
- قمنا بتعيين فردين (02)، مستمعين و يبلغان من العمر ثمانية عشرة سنة (18) فما فوق في كل أسرة.
- ينتج لدينا في الأخير مائتين و أربعون (240) مبحوثا، موزعين بين الإناث (134) و الذكور (106).

لقد كان تصميمنا للعينة محكوما بعدة عوامل سهلت علينا إيجاد العينة الملائمة و الحجم المطلوب، و من أهمها مايلي:

- وجود عائلات يتوفر فيها الشرط الأساسي للدراسة و هو الاستماع الحقيقي للإذاعة.
- الدراسة كانت محكومة بالضرورات الاقتصادية (الميزانية) و المنهجية (الوقتية)، بحيث أن اتساع الرقعة الجغرافية لولاية قسنطينة و تعدادها السكاني لا يسمح لباحث منفرد بأن يقوم بعمل يتطلب امكانيات كبيرة.
- لقد أسفرت عملية المعينة على عينة مكونة من (240) مبحوثا، حيث لاحظنا بعد اطلاعنا على مجموعة من البحوث في مجال الإعلام و الاتصال ، فوجدنا بأن هناك بحوثا استعملت أقل من هذه النسبة و قد وصلت إلى حدود (140) مبحوثا بالنسبة لباحثين منفردين و وصلت إلى حد (1000) مبحوث بالنسبة لفرق و مراكز البحث.

5-أسلوب تحليل البيانات:

و قد شملت هذه المرحلة تفريغ البيانات و جدولتها و تحليلها و تفسيرها و قد اعتمدنا على أسلوبين في التحليل:

-الأسلوب الكمي: و يشمل مرحلة تفريغ البيانات، و تصنيفها،و جدولتها، و كذا معالجتها إحصائيا، فعملية التصنيف و التفريغ تستهدف تحويل المعطيات النوعية و الكيفية الموجودة في استمارة الاستبيان إلى معطيات كمية إحصائية يسهل مقارنتها و تفسيرها، وتشمل هذه المرحلة نقل المعلومات الموجودة على الاستبيان و ترجمتها إلى جداول بسيطة و متقاطعة (مركبة)، بعد ذلك قمنا بوصف المعطيات داخل هذه الجداول عن طريق التكرارات و النسب المئوية.

-الأسلوب الكيفي: يعد هذا الأخير أحد الأساليب القوية في إيجاد استنتاجات لأي دراسة كانت، فبعد أن يقوم الباحث بعملية المعالجة الإحصائية الكلية لاستبيانه، يأتي دور التحليل و التفسير التعليق و الفهم و التي تعتبر عمليات عقلية متداخلة و متشابكة تعمل على إبراز العلاقات الضرورية بين متغيرات الدراسة و كذا الكشف عن المنطق الذي يسيرها، هذه العمليات تحاول أن تترابط فيما بينها وبين الجانب المعرفي و النظري.

خلاصة

في هذا الفصل تم التطرق إلى البناء المنهجي لموضوع الدراسة و الذي تمثل في : تحديد مجالات الدراسة و المنهج المستخدم بالإضافة إلى عرض أهم أدوات جمع البيانات و التطرق إلى العينة و أساليب اختيارها ويشكل هذا الفصل حجر الزاوية للفصل الموالي المتمثل في الجانب الميداني للدراسة ، حيث يوفر له أهم التقنيات المنهجية لتحليل النتائج و جدولتها و التحقق من مدى صدق الفرضيات.

الفصـــل الثـــامن

تحليــل البيانـــات و عرض النتائـــج

1- البيانـــــات الخـــاصة.

2- دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات الاجتماعية، السياسية و الاقتصادية.

3- سعي الإذاعات المحلية في تكريس التنوع الثقافي.

4- الإذاعات المحلية تزيد في عملية الاندماج الاجتماعي داخل المجتمع المحلي.

5- نتائــج الدراســة في ضــوء الفرضيـــات

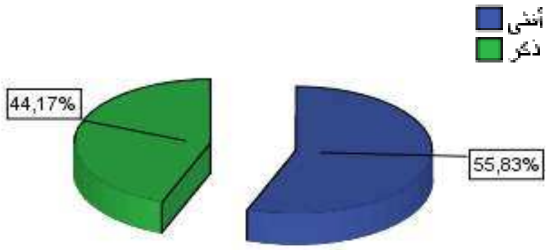
تمهيد

من خلال هذا الفصل سنقوم بتحليل و تفسير البيانات، بناء على المعالجة الإحصائية لنختبر مدى صدق فرضيات الدراسة، معتمدين في ذلك على التسلسل المنهجي في تصميم الاستمارة. لذلك سنحاول تحليل و تفسير البيانات الخاصة بمجتمع البحث باستنطاق المعطيات الإحصائية للبيانات الممثلة لمجتمع الدراسة، و التي تم جمعها و ترتيبها ثم تصنيفها على طريقة التوزيع التكراري ، و ترجمة الإحصاءات في جداول تكرارية منها البسيطة و منها المركبة ، لقد لجانا إلى هذا النوع من الجداول للكشف عن شبكة العلاقات الخفية التي تتحكم في الظاهرة و كذا محاولة الغوص قدر الإمكان في مختلف الحقائق السوسيولوجية الكامنة في الظاهرة محل الدراسة ، ثم نتناول بالتحليل الأسباب الحقيقية وراء ضرورة الانتقال من الإذاعة الوطنية إلى الإذاعة المحلية، لنبين فيما بعد دورها في المجتمع.

1 – البيانات الخاصة:

الجدول رقم (4) : توزيع عينة البحث حسب الجنس.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
أنثى	134	55,83
ذكر	106	44,17
المجموع	240	100



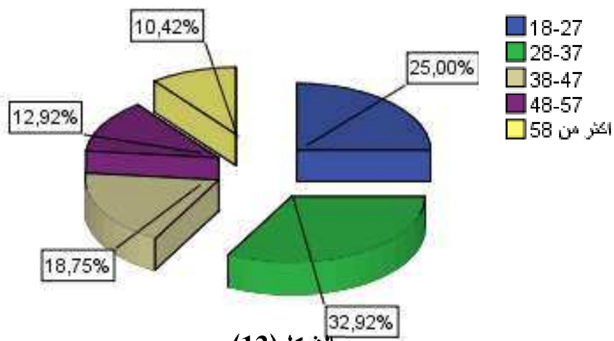
الشكل(12)
توزيع العينة حسب الجنس

وفقا للجدول رقم (4) الذي يبين توزيع أفراد مجتمع البحث و البالغ عددهم (240) حالة ممن يزيد عمرهم عن (18) سنة، حيث تم انتقائهم من بين عشرة عائلات (10) من كل بلدية من البلديات الإثني عشر (12) لإقليم مدينة قسنطينة و بمعدل فردين مستمعين (أنثى/ذكر) عن كل عائلة ما نتج عنه (20) حالة عن كل بلدية و بمجموع كلي يقدر بـــ (240) حالة.

نجد ، أن هناك (134) حالة من الإناث من بين أفراد العينة يمثلون 55.83 % بين إجمالي العينة، بينما يبلغ عدد الذكور بالنسبة لمجتمع البحث (106) حالة تمثل نسبتهم 44.17 % بين إجمالي العينة ، و الشكل البياني الدائري رقم (12) يوضح ذلك.

الجدول رقم(5) : توزيع عينة البحث حسب السن.

الفئات العمرية	التكرار	النسبة (%)
27-18	60	25
37-28	79	32,92
47-38	45	18,75
57-48	31	12,92
أكبر من 58	25	10,42
المجموع	240	100

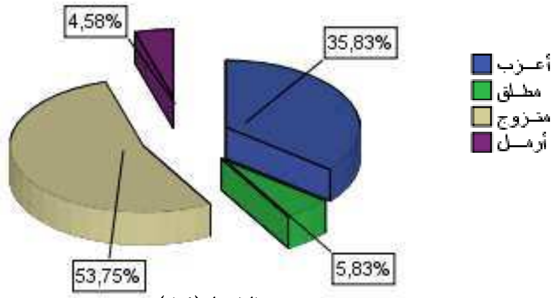


الشكل(13)
الفئات العمرية لعينة البحث

يوضح الجدول رقم(5) توزيع أفراد العينة مجتمع البحث حسب السن، لدينا (60) مفردة يتراوح عمرهم بين (18–27) سنة و تشكل نسبتهم 25 % من مجتمع البحث و هناك(79) حالة تتراوح أعمارهم من (28–37) سنة تبلغ نسبتهم 32.92% من مجتمع البحث، فيما وجدنا (45) حالة يبلغ عمرهم بين (38–47) سنة و تبلغ نسبتهم 18.75% من مجتمع البحث، و بينما يصل عدد الأفراد الذين تبلغ أعمارهم بين (48–57) سنة (31) حالة و تشكل نسبتهم 12.92 % من مجتمع البحث، وأخيرا يأتي عدد الأفراد الذين تبلغ أعمارهم 58 سنة فأكثر (25) حالة و تمثل نسبتهم 10.42 % من مجتمع البحث، و الشكل البياني الدائري رقم (13) يوضح ذلك.

الجدول رقم (6) : الحالة المدنية لعينة البحث.

الحالة المدنية	التكرار	النسبة (%)
أعـــــزب	86	35,83
مطــــلق	14	5,83
متــــزوج	129	53,75
أرمــــــــل	11	4,58
المجموع	240	100



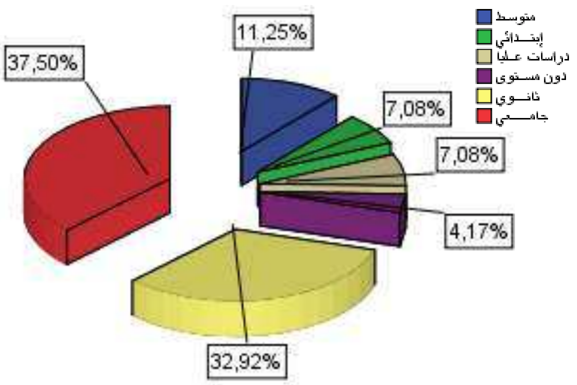
الشكل(14)

توزيع العينة حسب الحالة المدنية

من الجدول رقم (6) الذي يوضح توزيع مفردات مجتمع البحث حسب حالتهم المدنية يتبين لنا أن إجمالي عدد المتزوجين (129) حالة تشكل نسبتهم 53.75 % أما غير المتزوجين فتبلغ نسبتهم 46.24 % منهم (86) شخص أعزب يشكلون 35.83 % من مجتمع البحث، (14) شخصا مطلقا تبلغ نسبتهم 5.83 % من مجتمع البحث،(11) شخصا أرملا يشكلون 4.58 % من إجمالي مفردات مجتمع البحث و الشكل البياني الدائري رقم (14) يوضح ذلك.

الجدول رقم(7) : المستوى التعليمي لعينة البحث.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة (%)
دون مســــتوى	10	4,17
إبتـــــــدائي	17	7,08
متوســط	27	11,25
ثانـــــــوي	79	32,92
جامــــــــعي	90	37,50
دراسات عـــليا	17	7,08
المجموع	240	100



الشكل(15)

توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

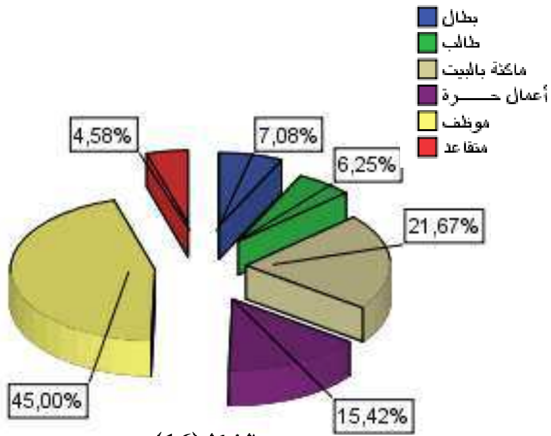
بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، نجد أن هناك (10) حالات دون المستوى و تبلغ نسبتهم 4.17 % من إجمالي عينة البحث، بينما يبلغ عدد ذوي المستوى (230) حالة و يشكلون نسبة 95.83% من بين مفردات العينة منهم (90) حالة لها مؤهل جامعي تمثل نسبتهم 37.50% من إجمالي عينة البحث في حين يبلغ عدد الحالات الحاصلة على المستوى الثانوي (79) حالة و يشكلون نسبة 32.92% من بين مفردات العينة، بينما يبلغ عدد الحالات المتحصلة على المستوى المتوسط (27) حالة تمثل نسبة 11.25%

فيما بلغ عدد حملة الشهادات العليا (ما بعد التدرج) (17) حالة بلغت نسبتهم 7.08 % من إجمالي مفردات البحث، و الشكل البياني الدائري رقم (15) يوضح ذلك.

يبدو أن العينة تضم كل المستويات التعليمية ما يفترض أن يكون هناك تمثيلا لجميع المستويات.

الجدول رقم (8) : توزيع مفردات مجتمع البحث حسب المهنة.

مهنة المبحوثين	التكرار	النسبة (%)
بطال	17	7,08
ماكثة بالبيت	52	21,67
طالب	15	6,25
موظف	108	45
أعمال حـــرة	37	15,42
متقاعد	11	4,58
المجموع	240	100

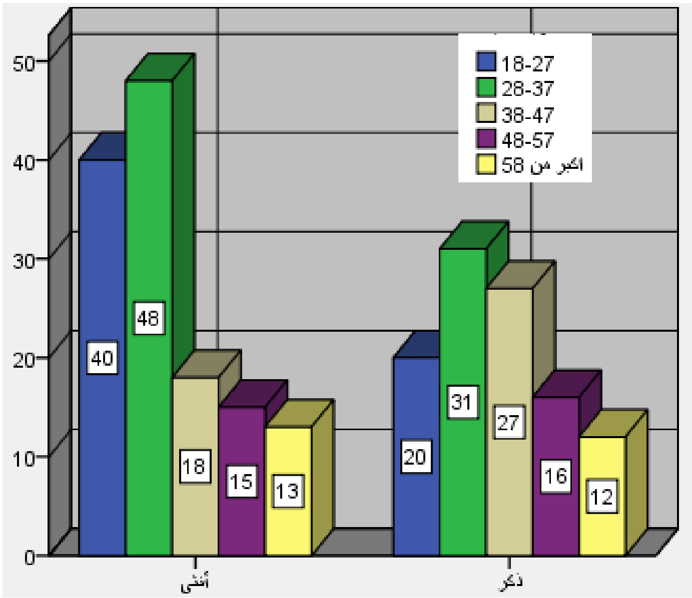


الشكل(16)
توزيع العينة حسب المهنة

من الجدول رقم (8) الذي يوضح توزيع مفردات مجتمع البحث حسب المهنة، يتبين لنا أن إجمالي عدد الموظفين (108) حالة و بذلك شكلت نسبتهم 45 % من إجمالي عينة البحث. بينما بلغت نسبة الماكثات بالبيت 21,67 % من بين مفردات العينة و بتكرار (52) حالة ، و وقد بلغت عدد حالات الذين يقومون بأعمال حرة (37) حالة و يشكلون نسبة 15.42 % من مجتمع البحث، بينما شكلت نسبة 7.08 % من إجمالي عينة البحث الأفراد البطالين و بلغ عددهم (17) حالة من مجموع (240) حالة. و هناك (15) حالة من الطلاب شكلت نسبتهم 6.25 % من مجموع أفراد العينة، وبلغ عدد حالات المتقاعدين (11) حالة بنسبة 4.58 % من إجمالي أفراد العينة.

الجدول رقم (9) : العلاقة بين توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الجنس و السن.

الجنس \ السن		27-18	37-28	47-38	57-48	اكبر من 58	المجموع
أنثى	التكرار	40	48	18	15	13	134
	النسبة (%)	66,67	60,76	40	48,39	52	55,83
ذكر	التكرار	20	31	27	16	12	106
	النسبة (%)	33,33	39,24	60	51,61	48	44,17
المجموع	التكرار	60	79	45	31	25	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل(17)
العلاقة بين الجنس والسن لعينة البحث

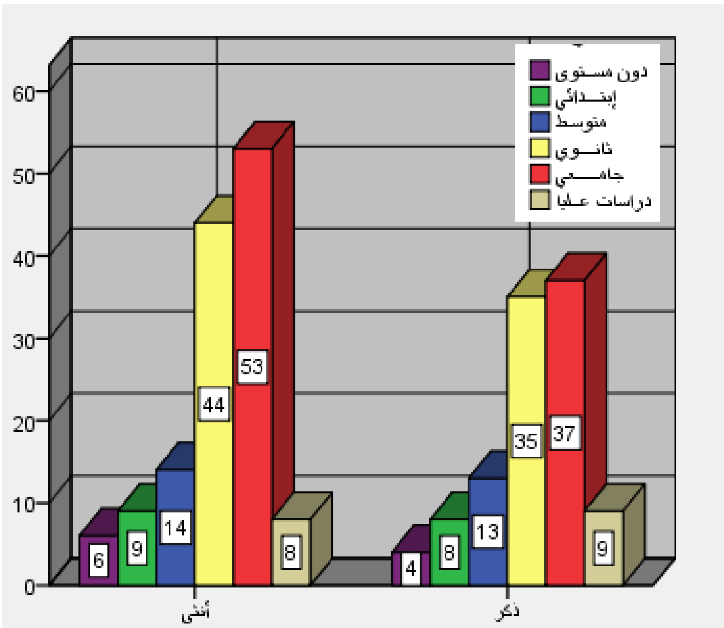
يوضح الجدول رقم (9) العلاقة بين توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الجنس و السن، حيث يبين الجدول بأن أغلبية أفراد العينة من الإناث يتمركزون في الفئة العمرية (18-27) سنة بنسبة 66.67 % ، تليها فئة (28-37) سنة بنسبة 60.76 % ، ثم فئة أكبر من 58 سنة بنسبة 52 % ، ففئة (48-57) سنة بنسبة 48.39 % و أخيرا فئة (38-47) سنة بنسبة 40 % من إجمالي إناث عينة البحث.

أما بالنسبة للذكور فقد احتلت الفئة العمرية (38-47) سنة المرتبة الأولى بنسبة 60 % ، تليها الفئة العمرية (48-57) سنة بنسبة 51.61 % ، ثم فئة أكبر من 58 سنة بنسبة تقدر بــ 48 % ، ففئة (28-37) سنة بنسبة 39.24 % و أخيرا فئة (18-27) سنة بنسبة 33.33 % من إجمالي ذكور عينة البحث.

و على ضوء هده النتائج نستنتج بأن الخصائص العمرية لعينة البحث كانت متباينة نسبيا للجنسين، بحيث كان التمركز عند الإناث من السن الأصغر إلى السن الأكبر (من 18 سنة فأكبر)، و على النقيض من ذلك عند الذكور فقد كان التمركز من السن الأكبر (38–47) سنة و (48–57) سنة إلى السن الأصغر (18–27) سنة. إنه من المنتظر لمثل هذا التوزيع المتباين أثره في اختلاف الرؤى و أبعادها في مختلف القضايا التي تدور حول موضوع الإذاعة في سيرورة انتقالها من المركزية إلى المحلية.

الجدول رقم (10) : العلاقة بين توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير الجنس والمستوى التعليمي.

الجنس / المستوى		دون مستوى	إبتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	دراسات عـليا	المجموع
أنثى	التكرار	6	9	14	44	53	8	134
	النسبة (%)	60	52,94	51,85	55,70	58,89	47,06	55,83
ذكر	التكرار	4	8	13	35	37	9	106
	النسبة (%)	40	47,06	48,15	44,30	41,11	52,94	44,17
المجموع	التكرار	10	17	27	79	90	17	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100	100



الشكل(18)
العلاقة بين الجنس و المستوى التعليمي

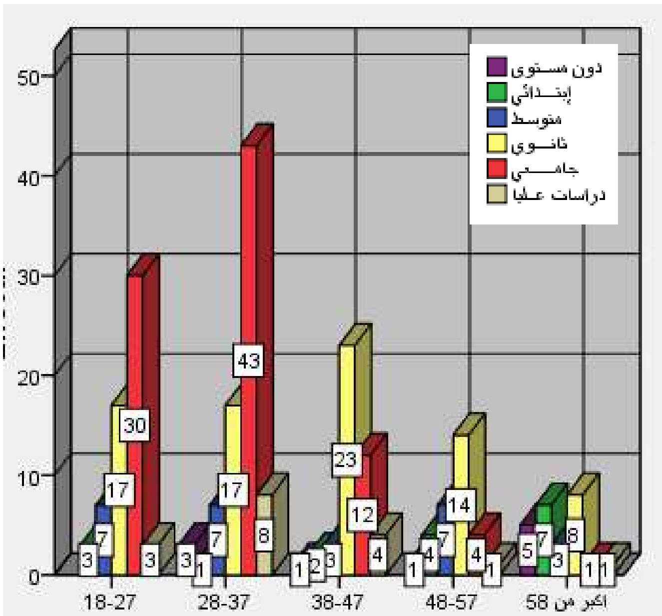
يتبين لأول وهلة من الجدول(10) بأنه توجد جميع المستويات التعليمية في مجتمع البحث، ما يؤكد الفرضية القائلة بأن الإذاعة لا تعترف بحاجز الأمية.

و إذا دققنا في تحليلنا للجدول نجد أن هناك (06) فئات تعليمية موزعة من المستوى الأدنى إلى المستوى الأعلى كما يلي:

- فئة "دون المستوى" و قد بلغت نسبتها 60 % عند الإناث أي بمعدل (06) حالات من بين (10) حالات في هذه الفئة، مقابل 40 % عند الذكور أي بمعدل (04) حالات من بين (10) حالات في هذه الفئة.
- فئة "المستوى الابتدائي" و التي بلغت عند الإناث 52.94 % مقابل 47.06 % عند الذكور و ذلك بمعدل (9) حالات عند الإناث و (8) حالات عند الذكور من أصل (17) حالة في هذا المستوى التعليمي.
- فئة "المستوى المتوسط" و قد بلغت عند الإناث 51.85 % أي بمعدل (14) حالة من بين (27) حالة في هذا المستوى التعليمي، مقابل 48.15 % عند الذكور بـــ (13) حالة من أصل (27) حالة.
- فئة "المستوى الثانوي"، و التي بلغ عدد أفرادها (79) فردا موزعين بنسبة 55.70 % على الإناث و بمعدل (44) حالة من بين (79) حالة، و بنسبة 44.30 % على الذكور و بمعدل (35) حالة من أصل (79) حالة في هذا المستوى التعليمي.
- فئة "المستوى الجامعي" فقد بلغ عدد أفرادها (90) فردا، من بينهم (53) أنثى و (37) ذكرا و بنسبة مئوية على التوالي 58.89 % و 41.11 % من إجمالي عدد أفراد هذا المستوى.
- أخيرا فئة "مستوى الدراسات العليا"، التي بلغ عدد الحالات فيها (17) حالة، وزعت (08) حالات فيها على الإناث و بنسبة 47.06 % و (09) حالات للذكور بنسبة 52.94 % من إجمالي عدد الحالات في هذا المستوى.

جدول رقم (11) : العلاقة بين المستوى التعليمي لأفراد العينة و متغير السن.

السن \ المستوى		دون مستوى	إبتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	دراسات عــليا	المجموع
27-18	التكرار	0	3	7	17	30	3	60
	النسبة (%)	0	17,65	25,93	21,52	33,33	17,65	25
37-28	التكرار	3	1	7	17	43	8	79
	النسبة (%)	30	5,88	25,93	21,52	47,78	47,06	32,92
47-38	التكرار	1	2	3	23	12	4	45
	النسبة (%)	10	11,76	11,11	29,11	13,33	23,53	18,75
57-48	التكرار	1	4	7	14	4	1	31
	النسبة (%)	10	23,53	25,93	17,72	4,44	5,88	12,92
اكبر من 58	التكرار	5	7	3	8	1	1	25
	النسبة (%)	50	41,18	11,11	10,13	1,11	5,88	10,42
المجموع	التكرار	10	17	27	79	90	17	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100	100



الشكل(19)

العلاقة بين المستوى التعليمي والسن

الجدول (11) الذي يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي لأفراد العينة و متغير السن. لقد أكدت الشواهد الإحصائية فيه بأنه:

- بالنسبة لفئة "دون المستوى": فقد تمركزت في الفترة العمرية المعبر عنها بأكبر من 58 سنة بنسبة 50 % و بمعدل (05) حالات من بين (10) حالات لهذا المستوى التعليمي، تليها الفئة العمرية ما بين (28–37) سنة بنسبة 30 % أي بمعدل (03) حالات من أصل (10) حالات، ثم تليها مباشرة الفئتين العمريتين (38–47) سنة و (48–57) سنة بنسبتين متساويتين تقدران بـــ 10 % أي بمعدل حالة واحدة من أصل (10) حالات.و في الأخير لم تسجل أي حالة في هذا المستوى في الفئة العمرية (18–27) سنة.
- بالنسبة لفئة "المستوى الابتدائي": فمن أصل (17) حالة نجد (07) حالات متمركزة في الفئة العمرية المعبر عنها بأكبر من 58 سنة، و بنسبة تقدر بـــ 41.18 % تليها (04) حالات متواجدة في الفئة العمرية (48–57) سنة و بنسبة 23.53 %، ثم (03) حالات من أصل (17) حالة في هذا المستوى تقدر بنسبة 17.65 % ، فحالتين بنسبة 11.76 % متمركزتين في الفئة العمرية (38–47) سنة، و في الأخير حالة واحدة ونسبتها 5.88 % في الفئة العمرية(28–37) سنة.
- فيما يخص فئة "المستوى المتوسط " : فقد بلغ مجمل مفردات هذه الأخيرة (27) مفردة موزعة كالآتي:

  (07) حالات بنسبة 25.93 % بالنسبة لفئة (18–27) سنة، و(28–37) سنة، (48–57) سنة.

  (03) حالات بنسبة 11.11 % بالنسبة للفئة العمرية(38–47) سنة و أكبر من 58 سنة.
- أما فئة "المستوى الثانوي"، فقد بلغ مجمل مفردات هذا الأخير (79) مفردة وزعت كما يلي:

  (23) حالة ما نسبته 29.11 % بالنسبة للفئة العمرية (38–47) سنة.

  (17) حالة ما نسبته 21.52 % بالنسبة للفئات العمرية التالية: (18–27) سنة و (28–37) سنة.

  (14) حالة ما نسبته 17.72 % بالنسبة لفئة (48–57) سنة.

  (08) حالات ما نسبته 10.13 % بالنسبة لفئة أكبر من 58 سنة.
- إذا ما عاينا فئة "المستوى الجامعي" التي بلغ مجمل مفرداتها (90) مفردة فنجد أن أكبر نسبة متمركزة في الفئة العمرية (28–37) سنة بنسبة 47.78 % و (43) حالة ، تليها الفئة العمرية (18–27) سنة بنسبة 33.33 % و (33) حالة ، ثم الفئة التي تتراوح عمرها ما بين (38–47) سنة بنسبة 13.33% و (13) حالة ، ففئة (48–57) سنة بنسبة 4.44 % و (04) حالة ، و أخيرا نسبة 1.11 % بالنسبة لأكبر من 58 سنة و بمعدل (01) حالة.

- فيما يتعلق بتصنيف مستوى "الدراسات العليا" فإننا نجده يتوزع على (17) حالة كما يلي:

(08) حالات ما نسبته 47,06% من إجمالي أفراد هذا المستوى في الفئة العمرية (28-37) سنة.

(04) حالات ما نسبته 23,53% من إجمالي أفراد هذا المستوى في الفئة العمرية (38-47) سنة.

(03) حالات ما نسبته17, 65% من إجمالي أفراد هذا المستوى في الفئة العمرية (18-27) سنة.

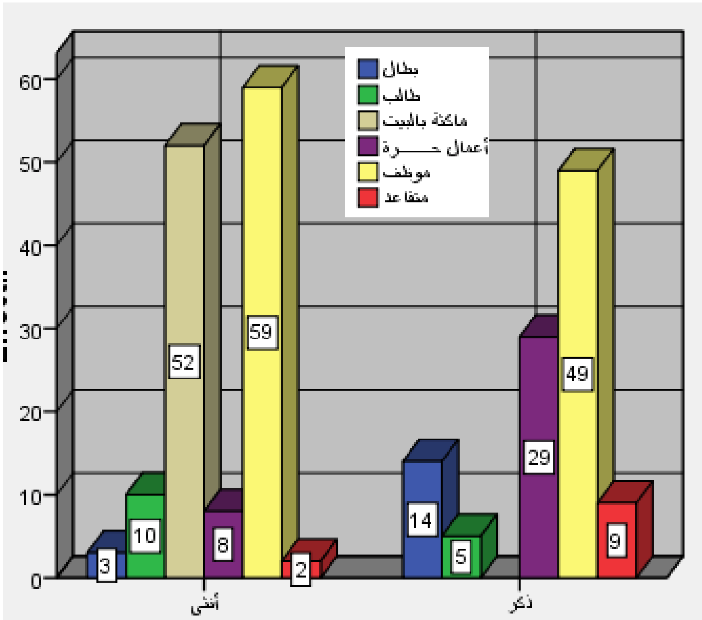
(01) حالة واحدة ما نسبته 5,88% من إجمالي أفراد هذا المستوى في الفئتين العمريتين (48-57) سنة وأكبر من 58 سنة.

في الأخير يمكن استخلاص الفرضية التالية من هذا الجدول: كلما ارتفع السن كلما تدنى المستوى التعليمي حيث نجد أن:

- الفئة العمرية (18-27) سنة يسيطر عليها "المستوى الجامعي" بنسبة 33,33% من إجمالي أفراد فئة هذا السن.
- الفئة العمرية (28-37) سنة يسيطر عليها "المستوى الجامعي" بنسبة 47.78% (وهي مقاربة لنسبة الدراسات العليا) من إجمالي أفراد فئة هذا السن.
- الفئة العمرية (38-47) سنة يسيطر عليها "المستوى الثانوي" بنسبة 29,11% من إجمالي أفراد فئة هذا السن.
- الفئة العمرية (48-57) سنة يسيطر عليها "المستوى المتوسط" بنسبة 25,93% من إجمالي أفراد فئة هذا السن.
- الفئة العمرية أكبرمن58 سنة يغلب عليها طابع "المستوى الابتدائي" بنسبة 50% من إجمالي أفراد فئة هذا السن.

الجدول رقم (12) : العلاقة بين متغير الجنس و مهنة المبحوثين.

الجنس \ المهنة		بطال	طالب	ماكثة في البيت	أعمال حــرة	موظف	متقاعد	المجموع
أنثى	التكرار	3	10	52	8	59	2	134
	النسبة (%)	17,65	66,67	100	21,62	54,63	18,18	55,83
ذكر	التكرار	14	5	0	29	49	9	106
	النسبة (%)	82,35	33,33	0	78,38	45,37	81,82	44,17
المجموع	التكرار	17	15	52	37	108	11	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100	100



الشكل(20)

العلاقة بين الجنس و المهنة

وفقا للجدول رقم (12) إن نسبة "البطالين" كانت بدرجة أكبر عند الذكور و لها (14) تكرار و بنسبة 82.35 % (من مجموع الحالات البالغ عدها 17 حالة). ثم الإناث و لهم(3) تكرارات و بنسبة 17.65%.أما مهنة "طالب" فكانت متمركزة عند الإناث و لها (10) تكرارات، و بنسبة 66.67 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 15 حالة)، ثم الذكور و لهم (5) تكرارات و بنسبة 33.33 % . فيما يخص "ماكثة في البيت" فقد تمركزت أساسا في فئة الإناث بنسبة 100 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 52 حالة).

و بالنسبة لصنف "أعمال حرة" فقد تقدم الذكور و لهم (29) حالة و بنسبة 78.38 % ، ثم الإناث و لهم (08) حالات و بنسبة 21.62 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 37).

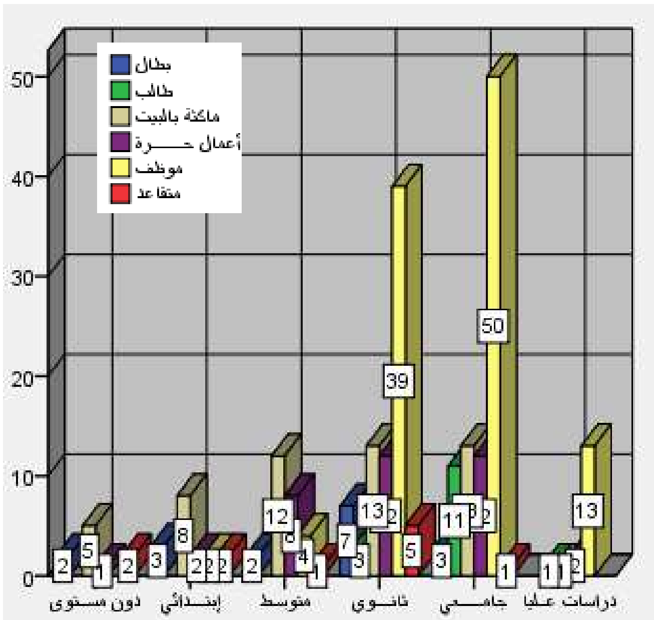
ثم يأتي صنف " الموظفين" و الذي تقدمت فيه الإناث في المرتبة الأولى و لهم (59) مفردة و بنسبة 54.63 % ثم الذكور و لهم (49) مفردة و بنسبة 45.37 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 108 حالة).

و أخيرا يأتي صنف "المتقاعدين"، حيث كان الذكور المتقدمين و لهم (09) حالات و بنسبة 81.82 % ثم الإناث بـــ (02) و بنسبة 18.18 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 11 حالة).

بوجه عام، فان البطالة طالت الذكور دون الإناث. بينما كان عدد الطلاب عند الإناث يساوي الضعف منه عند الذكور، كما نلاحظ تواجد المرأة في فضاء العمل الحر بنسبة معتبرة (21.62 %) و هذا مؤشر على تخطي المرأة لبعض العوائق المجتمعية في مجال العمل الا أن تواجدها بقوة اقتصر على الوظائف المؤسساتية بحيث اقتسما الجنسين مهنة "موظف" و بفارق معتبر بالنسبة للذكور.

الجدول رقم (13) : علاقة المستوى التعليمي بمهنة المبحوثين.

المستوى \ المهنة		بطال	طالب	ماكثة بالبيت	أعمال حـــرة	موظف	متقاعد	المجموع
دون مســتوى	التكرار	2	0	5	1	0	2	10
	النسبة (%)	11,76	0	9,62	2,70	0	18,18	4,17
إبتــدائي	التكرار	3	0	8	2	2	2	17
	النسبة (%)	17,65	0	15,38	5,41	1,85	18,18	7,08
متوســط	التكرار	2	0	12	8	4	1	27
	النسبة (%)	11,76	0	23,08	21,62	3,70	9,09	11,25
ثانـــوي	التكرار	7	3	13	12	39	5	79
	النسبة (%)	41,18	20	25	32,43	36,11	45,45	32,92
جامــعي	التكرار	3	11	13	12	50	1	90
	النسبة (%)	17,65	73,33	25	32,43	46,30	9,09	37,50
دراسات عــليا	التكرار	0	1	1	2	13	0	17
	النسبة (%)	0	6,67	1,92	5,41	12,04	0	7,08
المجموع	التكرار	17	15	52	37	108	11	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100	100



الشكل(21)

العلاقة بين المستوى التعليمي و المهنة

أما عن علاقة المستوى التعليمي و بمهنة المبحوثين فان الجدول رقم (13) يوضح بأن "البطال" يمكن أن يكون دون مستوى (حالتين من أصل 17 حالة) أي بنسبة 11.76 % و يمكن أن يكون ذو مستوى جامعي (03 حالات من أصل 17 حالة أي بنسبة 17.65 %) ، كذلك يمكن أن يكون مستواه ابتدائي بنسبة 17.65% أو يكون مستواه متوسط بنسبة 11.76 %، أو ثانوي بنسبة 41.18 % ، و لا يمكن أن يكون ذو مستوى ينتمي إلى صف الدراسات العليا وهذا كما أقرت به الدراسة الميدانية.

كذلك فئة "الطلاب" فهي تنطلق من مرحلة الثانوية لتنتهي عند الدراسات العليا، وكانت أكبر نسبة متمركزة في المستوى الجامعي قدرت بـــ 73.33 % بمعدل (11) حالة ، تليها نسبة 20 % و بمعدل (3)حالات متمركزة في المستوى الثانوي و اخيرا نسبة 6.67 % و بحالة واحدة تعبر عن مستوى الدراسات العليا أما صنف "ماكثة بالبيت" فقد تراوح مستواها التعليمي مابين دون المستوى بنسبة 9.62 % إلى مستوى الدراسات العليا بنسبة 1.92 % ، و قد تمركزت النسب الأعلى في المستويات التعليمية التالية: المتوسط بنسبة 23.08 % ثم الثانوي و الجامعي بنسبتين متساويتين تقدران على التوالي بـــ 25 %.

فيما يخص صنف "الأعمال الحرة"، فقد اقتسما صدارة الترتيب المستوى الثانوي و الجامعي بنسبة 32.43 %، يليها المستوى المتوسط بنسبة 21.62 % ، ثم مستوى الدراسات العليا بـــ5.41 % و أخيرا دون المستوى بنسبة 2.70 %.

و بالنسبة لفئة "الموظفين" فإنها خلت تماما من أفراد دون المستوى، و احتل الصدارة المستوى الجامعي بنسبة 46.30 % ، يليه مستوى التعليم الثانوي بنسبة 36.11 % ، فمستوى الدراسات العليا بنسبة 12.04 % و أخيرا مستوى المتوسط ثم الابتدائي بنسبتين مختلفتين على التوالي 3.70 % و 1.85 %.

و أخيرا بالنسبة لصنف "المتقاعدين" ، نلاحظ أنه خلا تماما من فئة "مستوى الدراسات العليا" (ما يؤكد الجدول رقم (11) علاقة السن بالمستوى التعليمي)، و هيمن عليه مستوى التعليم الثانوي بنسبة 45.45 % ، يليه على التوالي المستوى الابتدائي، ثم دون المستوى بنسب متساوية 18.18 %، و أخيرا يأتي في هذا الصنف مستوى التعليم المتوسط و الجامعي بنسب متساوية هي على التوالي 9.09 % .

ما يمكن أن نستخلصه من هذا الجدول و انطلاقا من عينة بحثنا الميداني هو أن:

- المستوى التعليمي لا يعكس دائما الوظيفة أو المركز المهني أو الدور الوظيفي للأفراد.
- نسبة الجامعين تمركزت خاصة في فئة "الطلاب" و "الموظفين"، "الأعمال الحرة" و "الماكثات في البيت".
- تساوي النسب بالتقريب في صنف مستوى الثانوي بين فئتين "البطالين" و "المتقاعدين".
- تمركز صنف دون المستوى في فئة "المتقاعدين".
- تمركز صنف الدراسات العليا في الفئات التالية: "الموظفين" ، "الطلبة" و "الأعمال الحرة" .

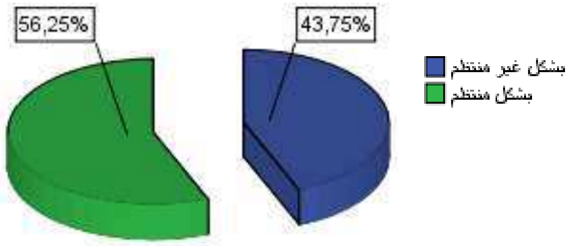
الجدول رقم (14) : مجال تغطية الاذاعة المحلية لإقليم قسنطينة.

التغطية الاذاعية	التكرار	النسبة (%)
نعم	240	100
لا	0	0
المجموع	240	100

أما الجدول رقم (14) ، فيوضح مدى تغطية الإذاعة لمجمل أفراد العينة القاطنين بمختلف بلديات إقليم قسنطينة ، حيث نلاحظ بأن الكل يتمتعون بتغطية إذاعية تصل إلى نسبة 100 % ، مع العلم أن البث في السنوات الأولى كان يقتصر على بعض البلديات فقط ولكن مالبث أن توسع بفضل زيادة قوة الإرسال واستعمال تكنولوجيا عالية الدقة من جهة وكذا الحاجة الملحة لهذه الوسيلة الحيوية في كل منطقة من مناطق الولاية من جهة أخرى.

الجدول رقم (15) : المواضبة على الاستماع للاذاعة المحلية.

المواضبة على الاستماع	التكرار	النسبة (%)
بشكل منتظم	135	56,25
بشكل غير منتظم	105	43,75
المجموع	240	100



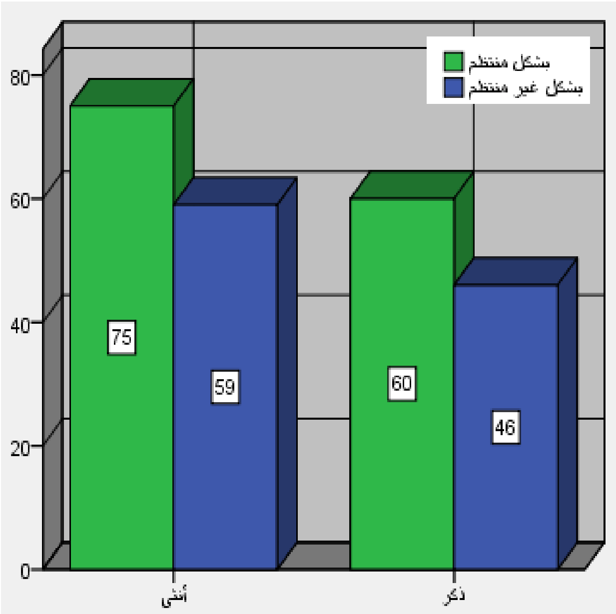
الشكل (22)
المواضبة على الاستماع للاذاعة المحلية

من خلال قراءتنا للجدول رقم (15) الذي يوضح مدى المواظبة و الاستماع إلى الإذاعة المحلية في إقليم قسنطينة ، اتضح أن هناك (135) حالة تمثل نسبتهم 56.25 % من بين مفردات العينة (فوق 18 سنة) ممن يستمعون للإذاعة المحلية بانتظام*، بينما بلغ الذين يستمعون للإذاعة المحلية بشكل غير منتظم (أحيانا، نادرا) (105) حالة ويشكلون نسبة 43.75 % لإجمالي مجتمع البحث ، والشكل البياني الدائري رقم (22) يوضح ذلك.

*المقصود في دراستنا بالاستماع المنتظم و غير منتظم،أننا كلتا الحالتين أمام مستمع نوعي يتعد على الأقل الساعة من زمن الاستماع في اليوم، يبقى الفرق فقط في أن المستمع بانتظام له برامج خاصة يتبعها يوميا و هو مواظب عليها، بينما المستمع غير المنتظم فهو يبحر بين البرامج في مجملها.

الجدول رقم(16) : العلاقة بين جنس مفردات العينة و مدى المواظبة على الاستماع للإذاعة المحلية.

الجنس / المواضبة		بشكل منتظم	بشكل غير منتظم	المجموع
أنثى	التكرار	75	59	134
	النسبة (%)	55,56	56,19	55,83
ذكر	التكرار	60	46	106
	النسبة (%)	44,44	43,81	44,17
المجموع	التكرار	135	105	240
	النسبة (%)	100	100	100



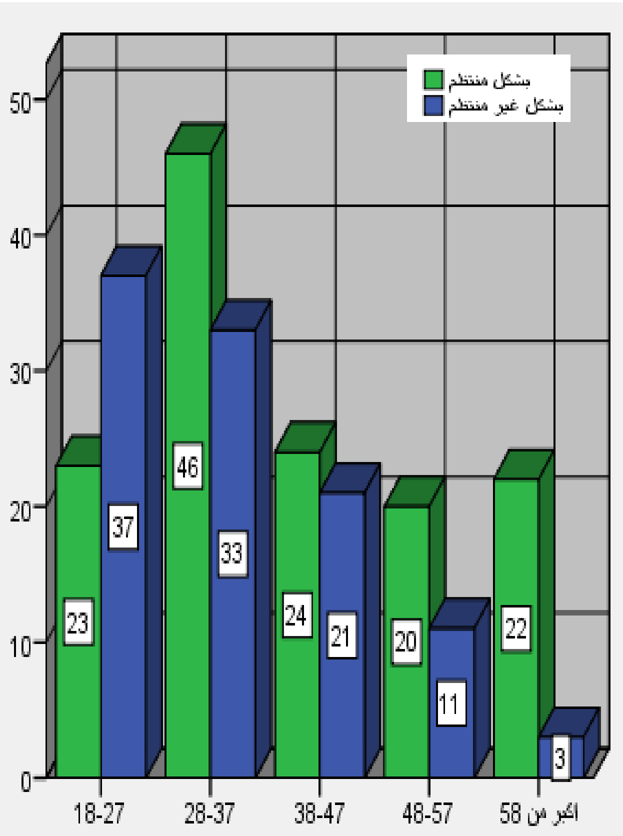
الشكل (23)

العلاقة بين الجنس و المواضبة على الاستماع للاذاعة المحلية

لقد بلغ إجمالي الذين يستمعون للإذاعة المحلية بانتظام (135) مفردة تمثل نسبتهم 56.25 % (انظر الجدول رقم 15) منهم (75) أنثى تشكل نسبتهم 55.56 % من مجتمع الإناث، بينما بلغ عدد الذين يستمعون للإذاعة المحلية بشكل غير منتظم (105) حالة تمثل نسبتهم 43.75 % (انظر الجدول رقم 15) منهم (59) أنثى بنسبة 56.19 % و يبلغ عدد الذكور (46) حالة تمثل نسبتهم 43.81 % إجمالي الذكور. فمن حيث الانتظام نجد أن الإناث تتقدمن على الذكور بـــ (75) تكرار بنسبة 55.56 % مقابل (60) تكرار بنسبة 44.44 %.

الجدول رقم (17) : العلاقة بين السن و المواظبة على الاستماع للإذاعة المحلية.

السن	المواضبة	بشكل منتظم	بشكل غير منتظم	المجموع
27-18	التكرار	23	37	60
	النسبة (%)	17,04	35,24	25
37-28	التكرار	46	33	79
	النسبة (%)	34,07	31,43	32,92
47-38	التكرار	24	21	45
	النسبة (%)	17,78	20	18,75
57-48	التكرار	20	11	31
	النسبة (%)	14,81	10,48	12,92
اكبر من 58	التكرار	22	3	25
	النسبة (%)	16,30	2,86	10,42
المجموع	التكرار	135	105	240
	النسبة (%)	100	100	100



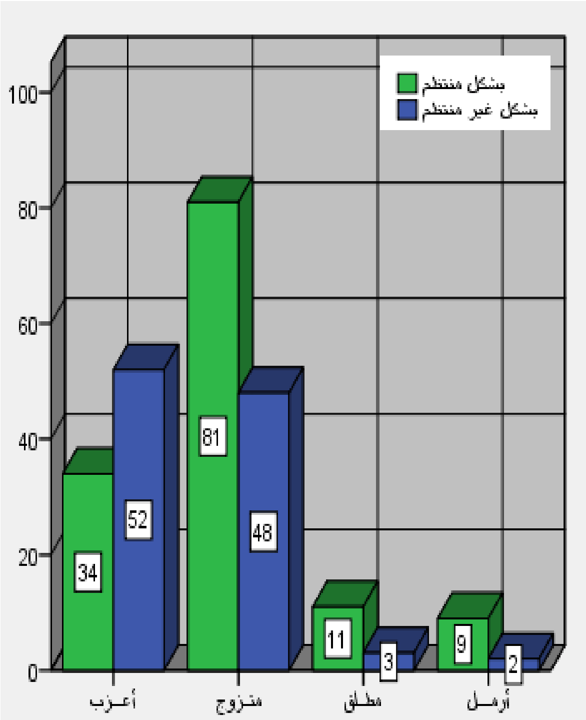
الشكل (24)

العلاقة بين السن و المواضبة على الاستماع .للاذاعة المحلية

يوضح الجدول رقم (17) العلاقة بين السن و المواظبة على الاستماع للإذاعة المحلية ، فهناك (135) مفردة يستمعون للإذاعة المحلية بانتظام، منهم (46) شخص تتراوح أعمارهم بين (28–37) سنة و نسبتهم 34.07 % من حجم العينة التي تستمع بانتظام للإذاعة المحلية، و(24) شخص تتراوح أعمارهم بين (38–47) سنة و نسبتهم 17.78 %، و(23) شخص تتراوح أعمارهم ما بين (18–27) سنة و نسبتهم 17.04 % ، بينما بلغ عدد الذين يستمعون إلى الإذاعة المحلية بانتظام من أفراد سكان ولاية قسنطينة و الذين يبلغ عمرهم أكبر من 58 سنة (22) حالة تمثل نسبتهم 16.30 %، كما أن هناك (20) شخصا تتراوح أعمارهم ما بين (48–57) سنة و نسبتهم 14.81 % .

الجدول رقم (18) العلاقة بين الحالة المدنية و المواضبة على الاستماع للإذاعة المحلية.

الحالة المدنية / المواضبة		بشكل منتظم	بشكل غير منتظم	المجموع
أعزب	التكرار	34	52	86
	النسبة (%)	25,19	49,52	35,83
متزوج	التكرار	81	48	129
	النسبة (%)	60	45,71	53,75
مطـلق	التكرار	11	3	14
	النسبة (%)	8,15	2,86	5,83
أرمــل	التكرار	9	2	11
	النسبة (%)	6,67	1,90	4,58
المجموع	التكرار	135	105	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (25)

العلاقة بين الحالة المدنية و المواضبة على الاستماع.

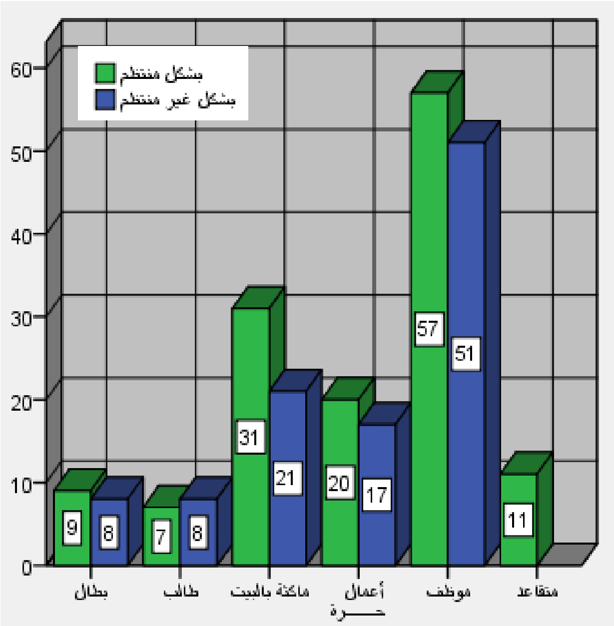
و يوضح الجدول رقم (18) العلاقة بين الحالة المدنية و حجم الاستماع للإذاعة المحلية، و فيه يتضح أن من يستمعون إلى الإذاعة بشكل منتظم من المتزوجين و يمثلون 60 % مقابل 45.71 % بشكل غير منتظم، أما بالنسبة لفئة "العزاب" فيمثلون نسبة 25.19 % ممن يستمعون بانتظام مقابل 49.52 % لا يستمعون بشكل منتظم، بينما فئة "المطلقون" فيمثلون 8.15 % من الذين يستمعون بانتظام مقابل 2.86 % ممن يستمعون بشكل غير منتظم.

و إذا انتقلنا إلى الأرامل نجد أن نسبة من يستمعون بانتظام 6.67 % مقابل 1.90 % يستمعون بشكل غير منتظم.

يتضح من هذا التحليل أن نسبة من يستمعون للإذاعة المحلية في مدينة قسنطينة يمثلون 53.57 % من المتزوجين من إجمالي العينة ، مقابل 35.8 % من العزاب، ثم 5.83 % من المطلقين و 4.58 % من الأرامل من إجمالي العينة.

الجدول رقم (19) : العلاقة بين المواظبة على الاستماع للإذاعة المحلية و مهنة المبحوثين.

المواضبة / المهنة		بشكل منتظم	بشكل غير منتظم	المجموع
بطال	التكرار	9	8	17
	النسبة (%)	6,67	7,62	7,08
طالب	التكرار	7	8	15
	النسبة (%)	5,19	7,62	6,25
ماكثة بالبيت	التكرار	31	21	52
	النسبة (%)	22,96	20	21,67
أعمال حـــرة	التكرار	20	17	37
	النسبة (%)	14,81	16,19	15,42
موظف	التكرار	57	51	108
	النسبة (%)	42,22	48,57	45
متقاعد	التكرار	11	0	11
	النسبة (%)	8,15	0	4,58
المجموع	التكرار	135	105	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (26)

العلاقة بين المواضبة على الاستماع و المهنة.

أما الجدول رقم (19) فيوضح العلاقة بين المواظبة على الاستماع و مهنة المبحوثين. فالمتصفح لهذا الجدول يجد أن نسبة 45 % ممن يستمعون إلى الإذاعة (بشكل منظم و غير منتظم) هم من فئة "الموظفين"، تليهم "فئة الماكثات في البيت" بنسبة 21.67 % من إجمالي العينة، ثم فئة "الأعمال الحرة" بنسبة 15.42 % ، ثم فئة "البطالين" بـــ 7.08 % ، ففئة "الطلاب" بنسبة 6.25 % و أخيرا فئة "المتقاعدين" بنسبة 4.58 % من إجمالي عينة البحث.

و إذا دققنا التحليل في الجدول نجد أن 48.57 % من الموظفين يستمعون إلى الإذاعة المحلية بشكل غير منتظم، مقابل 42.22 % من إجمالي عدد الذين يستمعون بشكل منتظم، و هذا طبيعي جدا نظرا لعدم توفر زمن محدد للاستماع بفعل عامل "الوظيفة".

بينما نجد أن المرأة الماكثة في البيت هي أكثر مداومة و مواظبة على الاستماع بنسبة تقدر بـــ 22.96 % مقابل 20% من إجمالي النساء الماكثات في البيت و التي يستمعن بشكل غير منتظم للإذاعة المحلية.

كما أشارت (20) مفردة من مفردات البحث (أعمال حـــرة) وتشكل نسبتهم 14.81 % من أنهم ينتمون إلى فئة المستمعين بشكل منتظم للإذاعة، مقابل (17) مفردة نسبتهم 16.19 % ينتمون إلى مجموع اللذين يستمعون إلى الإذاعة بشكل غير منتظم.

كما يبين الجدول أن فئة "البطالين" هم أكثر مواظبة على الاستماع مقابل فئة "الطلبة" بنسبة تقدر بـــ 6.67 % مقابل 7.62 % بالنسبة للفئة الولى و 5.19 % مقابل 7.62 % بالنسبة لفئة الطلبة.

و في الأخير نجد فئة "المتقاعدين" فعلى قلتها بالنسبة لإجمالي عينة البحث (11حالة من اصل 240 حالة) إلا أن جميع الحالات فيها تواظب على الاستماع للإذاعة المحلية بنسبة تقدر بـــ 8.15 % .

وكخلاصةلهذا الجدول نجد أن:

– أعلى نسبة في المواظبة على الاستماع للإذاعة المحلية من نصيب الموظفين ، (في الشق غير منتظم) و هذا راجع بالدرجة الأولى إلى عامل " ضغط الوقت، بحيث أن الموظف ليس له وقت محدد للاستماع للإذاعة فربما يكون في سيارته، مكتبه، المطعم، وهذا ما وقفنا عليه في نظرية الإستخدامات و الإشباعات التي ترى بأن من دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ، مايسمى بالدوافع الطقوسية و التي تستهدف تمضية الوقت و الاسترخاء و الصداقة و الألفة مع الوسيلة و الهروب من المشكلات، وبذلك تحقق إشباع التنفيس ، هنا يوجد هنا مؤشر هام في تمركز حجم الاستماع في فئة «الموظفين"، بحيث تمثل الإذاعة بالنسبة إليهم وسيلة لخفض التوتر جراء الضغط المهني الذي يعيشه العامل في عمله.

– بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت التي تحصلت على نسبة معتبرة من حجم التعرض للاستماع خاصة في شقه المنتظم 22.96 % أي (31) حالة من بين (135 حالة). حيث تشير الشواهد الإحصائية إلى أن المرأة الماكثة في البيت في غالبيتها مواظبة على الاستماع للإذاعة المحلية. و في هذا السباق بينت دراسة (Herzog) بأن الكثير من النساء عند تتبعهن المسلسلات الروائية – أو البرامج الإذاعية– تسمح لهن بالإجابة على العديد من انشغالاتهن و مشاكلهن اليومية، و تقترح عليهن نماذج و أنماط للسلوكات المناسبة.(1)

–أما بالنسبة لصنف "الأعمال الحرة" فقد كان حجم المواظبة المنتظمة 14.81 % أي بتكرار (20) حالة من بين (135)، مقابل 16.19 % بالنسبة لحجم المواظبة غير المنتظمة و ذلك بالنسبة لـــ (17) حالة من بين (105) حالة.

(1) Francis Balle, Jean G. Padioleau, Sociologie De L'information, OP.CIT .P.P. 74,75.

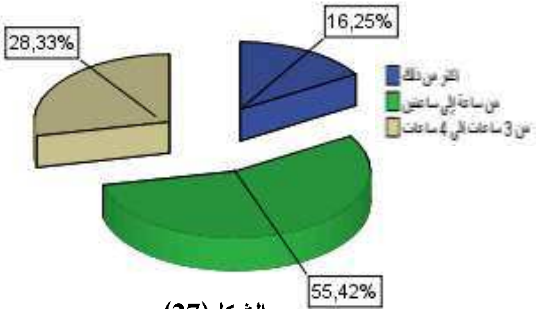
- بالنسبة لشريحة "البطالين" و "الطلبة" فلم يكن هناك تفاوت ذو دلالة سوسيولوجية واضحة ، إذ تقاربت النسبتين فيما يخص المواظبة على الاستماع بانتظام ، حيث كانت 6.67 % بالنسبة للبطالين و 7.62 % بالنسبة للطلبة.

أما فيما يخص حجم الاستماع غير المنتظم فقد كان على التوالي بالنسبة للبطالين 7.62 % و 7.62 % و نفس النسبة بالنسبة للطلبة.

- أما الشاهد الإحصائي الذي يبدو ذو دلالة سوسيولوجية مهمة حسب تقديرنا فهو يكمن في فئة "المتقاعدين" ، حيث أنه من بين (11) حالة من بين أفراد عينة البحث التي تستمع بانتظام (135) نجد أن نسبة 8.15 % منهم أي جل مفردات العينة (11) يستمعون إلى الإذاعة المحلية بانتظام. هذا إن دل فإنما يدل على مكانة الإذاعة المحلية عند فئة "المتقاعدين" و ما تقدمه من دور و خدمات تواصلية بالنسبة لهذه الفئة خاصة بعد تقلص دورهم النسبي في الحياة الاجتماعية بصفة عامة و الحياة المهنية بصفة خاصة.

الجدول رقم (20) : عدد ساعات الاستماع للاذاعة المحلية

عدد ساعات الاستماع	التكرار	النسبة (%)
من ساعة إلى ساعتين	133	55,42
من 3 ساعات الى 4 ساعات	68	28,33
اكثر من 4 ساعات	39	16,25
المجموع	240	100

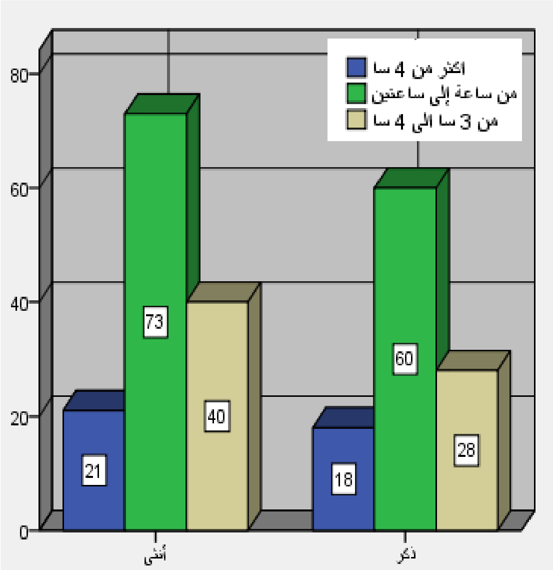


الشكل(27)
عدد ساعات الإستماع للإذاعة المحلية

وفقا للجدول رقم (20) الخاص بحجم التعرض الساعي للاذاعة المحلية، فان نسبة الذين يستمعون من ساعة إلى ساعتين تأتي في المرتبة الأولى و لها (133) تكرار و بنسبة 55.42 % من مجموع الحالات البالغ عددها (240) حالة، ثم تأتي نسبة الذين يستمعون بمعدل ثلاثة إلى أربع ساعات في اليوم في المرتبة الثانية و لهم (68) تكرار و بنسبة 28.33 % من إجمالي العينة، ثم تأتي نسبة الذين يستمعون إلى أكثر من معدل أربع ساعات في اليوم، في المرتبة الثالثة و لهم (39) تكرار و بنسبة 16.25 % من مجموع أفراد عينة البحث.

الجدول رقم (21) : العلاقة بين جنس العينة و عدد ساعات الاستماع للإذاعة المحلية.

الساعات / الجنس		من ساعة إلى ساعتين	من 3 سا الى 4 سا	اكثر من 4 سا	المجموع
أنثى	التكرار	73	40	21	134
	النسبة (%)	54,89	58,82	53,85	55,83
ذكر	التكرار	60	28	18	106
	النسبة (%)	45,11	41,18	46,15	44,17
المجموع	التكرار	133	68	39	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (28)

العلاقة بين الجنس و عدد ساعات الاستماع.

يبن الجدول بأن الإناث يتفوقن من حيث الحجم الساعي للإستماع على الذكور، سواء في حجم "من ساعة إلى ساعتين" و الذي كانت نسبته عند الإناث 54.89 % مقابل نسبة 45.11 % عند الذكور (من جموع الحالات البالغ عددها 133 حالة).

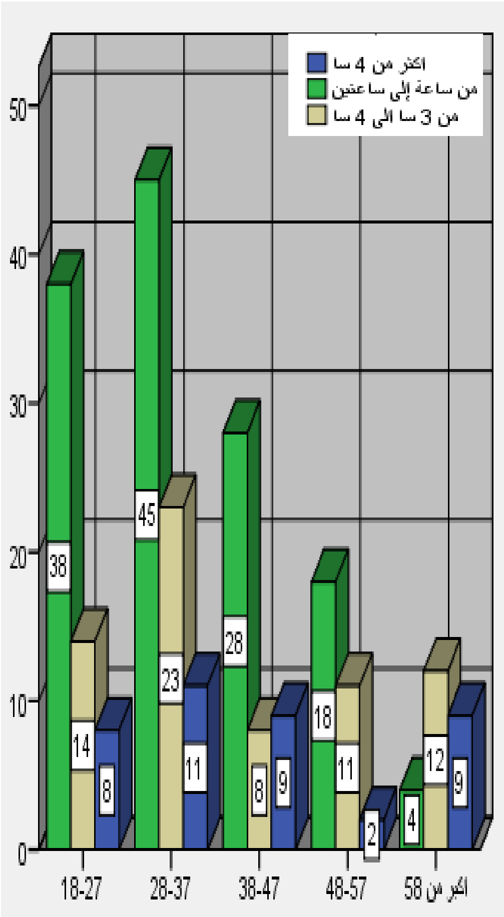
بينما كانت النسبة في حجم "من ثلاثة ساعات إلى أربع ساعات" 58.82 % عند الإناث مقابل 41.18 % عند الذكور (من مجموع الحالات البالغ عددها 68 حالة) .

و أخيرا حلت الإناث في المرتبة الأولى في صنف حجم "أكثر من أربع ساعات" و ذلك بنسبة قدرت بـــ 53.85 % مقابل 46.15 % للذكور (من مجموع الحالات البالغ عدها 39 حالة) .

وعليه فالعلاقة تبدو واضحة بين متغير الجنس و متغير عدد ساعات الاستماع ، حيث أن الإناث هن الأكثر استماعا للإذاعة المحلية بمعيار الحجم الساعي في مدينة قسنطينة حسب ما أفرزته الدراسة الميدانية .

الجدول رقم (22) : العلاقة بين متغير السن و عدد ساعات الاستماع إلى الإذاعة المحلية.

السن	الساعات	من ساعة إلى ساعتين	من 3 سا الى 4 سا	اكثر من 4 سا	المجموع
27-18	التكرار	38	14	8	60
	النسبة (%)	28,57	20,59	20,51	25
37-28	التكرار	45	23	11	79
	النسبة (%)	33,83	33,82	28,21	32,92
47-38	التكرار	28	8	9	45
	النسبة (%)	21,05	11,76	23,08	18,75
57-48	التكرار	18	11	2	31
	النسبة (%)	13,53	16,18	5,13	12,92
اكبر من 58	التكرار	4	12	9	25
	النسبة (%)	3,01	17,65	23,08	10,42
المجموع	التكرار	133	68	39	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (29)

العلاقة بين السن و عدد ساعات الاستماع.

و يؤكد لنا الجدول (22) ، أن فئة الشباب هي التي تستحوذ على أعلى نسبة في جميع أصناف الحجم الساعي. حيث أنه في صنف "من ساعة إلى ساعتين" كانت الفئة العمرية (28–37) سنة في المرتبة الأولى بنسبة 33.83 % تليها الفئة العمرية (18–27) سنة بنسبة 28.57 % ، ثم الفئة العمرية (38–47) سنة بنسبة 21.05 % ، ففئة (48–57) سنة بـــ 13.53 %، و أخيرا فئة أكبر من 58 سنة بنسبة 3.01 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 133 حالة).

أما في صنف "من ثلاثة ساعات إلى أربع ساعات"، فقد كانت فئة (28–37) سنة في المرتبة الأولى بنسبة 33.82 % تلتها فئة (18–27) سنة بنسبة 20.59 % ، ثم فئة أكبر من 58 سنة بنسبة 17.65 %، ففئة

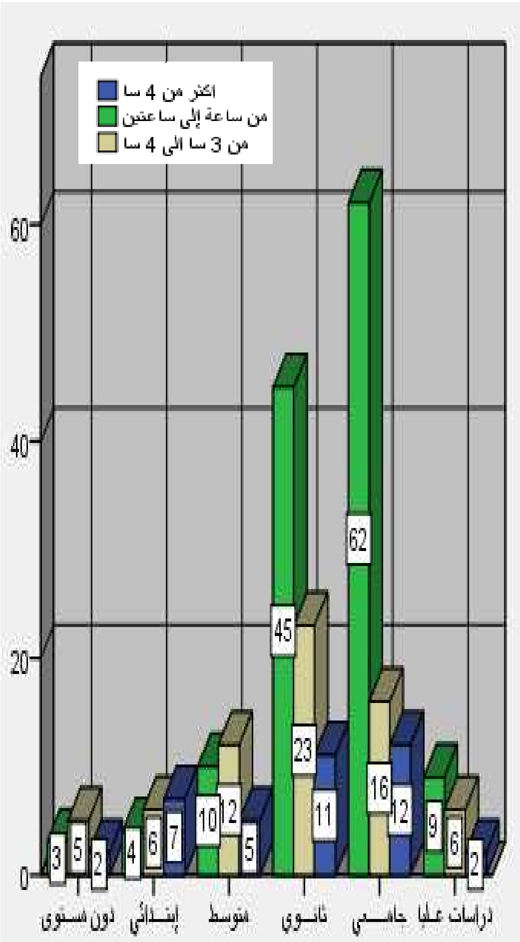
(48–57) سنة بنسبة 16.18 % و في الأخير فئة (38–47) سنة بنسبة 11.76 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 68 حالة).

بالنسبة لصنف "أكثر من ذلك" فقد احتفظت فئة (28–37) سنة بالمركز الأول بنسبة 28.21 %، بينما اقتسمت المركز الثاني كل من فئة (38–47) سنة و اكبر من 58 سنة بنسب متساوية بلغت 23.08 %، و احتلت المركز الثالث فئة (18–27) سنة بنسبة 20.51 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 39 حالة).

ما يمكن استنتاجه من هذا الجدول ، أن حجم الاستماع الساعي القصير و المتوسط ، و الطويل المدى (من ساعة إلى ساعتين و من ثلاثة ساعات إلى اربع ساعات و أكثر من ذلك) كان من نصيب الشباب ، ما يدحض الفرضية الشائعة أو الصورة النمطية المتداولة بأن الأفراد الأكبر سنا هم الأكثر تعرضا لبرامج الإذاعة المسموعة بصفة عامة.

الجدول رقم (23) : العلاقة بين المستوى التعليمي لعينة البحث و عدد ساعات الاستماع إلى الإذاعة المحلية.

المستوى \ الساعات		من ساعة إلى ساعتين	من 3 سا الى 4 سا	اكثر من 4 سا	المجموع
دون مستوى	التكرار	3	5	2	10
	النسبة (%)	2,26	7,35	5,13	4,17
إبتـــدائي	التكرار	4	6	7	17
	النسبة (%)	3,01	8,82	17,95	7,08
متوســط	التكرار	10	12	5	27
	النسبة (%)	7,52	17,65	12,82	11,25
ثانـــوي	التكرار	45	23	11	79
	النسبة (%)	33,83	33,82	28,21	32,92
جامـــعي	التكرار	62	16	12	90
	النسبة (%)	46,62	23,53	30,77	37,50
دراسات عـــليا	التكرار	9	6	2	17
	النسبة (%)	6,77	8,82	5,13	7,08
المجموع	التكرار	133	68	39	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (30)
العلاقة بين المستوى التعليمي و عدد ساعات الاستماع.

يمكن أن نلاحظ ما يلي من خلال الجدول (23):

– بالنسبة لصنف "من ساعة إلى ساعتين" فقد تمركز في فئة المستوى الجامعي بنسبة 46.62 % ، ثم المستوى الثانوي بنسبة 33.83 % ، ففئة المستوى المتوسط بنسبة 7.52 % ثم فئة الدراسات العليا بنسبة 6.77 % ، و أخيرا فئة الابتدائي و فئة دون المستوى بنسبة تقدر على التوالي بـــ 3.01 % و 2.26 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 133 حالة) .

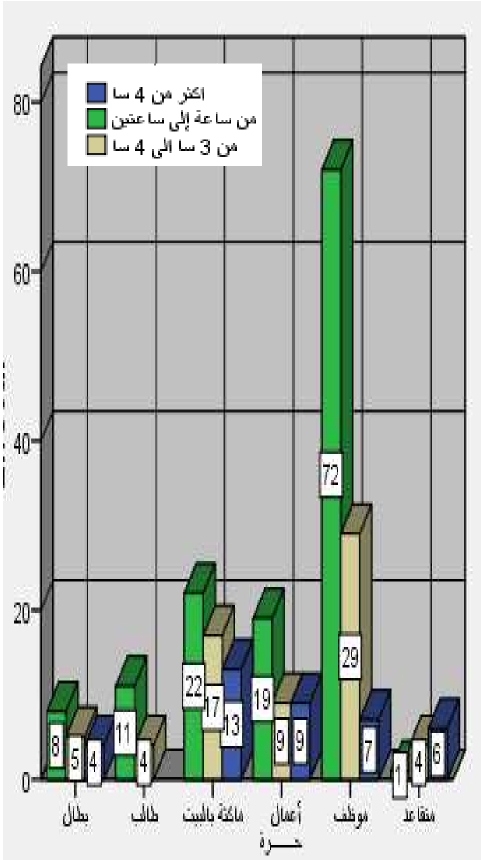
- فيما يخص صنف من "ثلاثة إلى أربع ساعات" نجد أن المرتبة الأولى عادت إلى الشريحة ذات المستوى الثانوي بنسبة 33.82 % تليها الشريحة ذات المستوى الجامعي بنسبة 23.53 % في المرتبة الثانية ، فشريحة المستوى المتوسط بنسبة 17.65 % في المرتبة الثالثة ، بينما عادت المرتبة الرابعة إلى شريحة المستوى الابتدائي وشريحة الدراسات العليا بنسبة 8.82 % ، أما المرتبة الخامسة و الأخيرة فكانت من نصيب فئة دون المستوى بنسبة 7.35 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 68 حالة).

- أما فيما يتعلق بصنف "أكثر من أربع ساعات" ، فقد حافظت فئة المستوى الجامعي على المركز الأول بنسبة 30.77 % تتبعها فئة المستوى الثانوي في المركز الثاني بنسبة 28.21 % و تليها فئة المستوى الابتدائي بنسبة 17.95 % في المركز الثالث ، ثم فئة المستوى المتوسط في المركز الرابع بنسبة 12.82 % ليحل في المركز الخامس كل من الفئتين دون المستوى و فئة الدراسات العليا بنسبة متساوية قدرت بــ 5.13 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 39 حالة).

و من هذا المنطلق الميداني ، فإن جميع مستويات الاستماع (مكممة ساعيا) كانت من نصيب فئة المستوى الجامعي و الثانوي (الثلاثة أحجام) ، مع تغيرات طفيفة في باقي المواقع و التي لا يبدو أن لها دلالة سوسيولوجية كبيرة بالنسبة للتحليل بقدر المركزين الأولين و اللذان يؤكدان عل تكسير الفرضية القائلة بأن المستمع الأمي هو الأجدر بامتياز بوسيلة الراديو.

الجدول رقم (24) : العلاقة بين عدد ساعات الاستماع و متغير المهنة بالنسبة للمبحوثين.

الساعات / المهنة		من ساعة إلى ساعتين	من 3 سا الى 4 سا	اكثر من 4 سا	المجموع
بطال	التكرار	8	5	4	17
	النسبة (%)	6,02	7,35	10,26	7,08
طالب	التكرار	11	4	0	15
	النسبة (%)	8,27	5,88	0	6,25
ماكثة في لبيت	التكرار	22	17	13	52
	النسبة (%)	16,54	25	33,33	21,67
أعمال حـــرة	التكرار	19	9	9	37
	النسبة (%)	14,29	13,24	23,08	15,42
موظف	التكرار	72	29	7	108
	النسبة (%)	54,14	42,65	17,95	45
متقاعد	التكرار	1	4	6	11
	النسبة (%)	0,75	5,88	15,38	4,58
المجموع	التكرار	133	68	39	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (31)

العلاقة بين عدد ساعات الاستماع والمهنة.

فيما يتعلق بالجدول رقم (24) الذي يبرز العلاقة بين عدد ساعات الاستماع و متغير المهنة بالنسبة للمبحوثين، فقد أقرت الشواهد الإحصائية للدراسة الميدانية ما يلي:

- إن أعلى نسبة في صنف "من ساعة إلى ساعتين" كانت من نصيب فئة "الموظفين" بنسبة 54.14 % ، تليها فئة "الماكثات في البيت" بنسبة 16.54 %، ففئة "الأعمال الحرة" بنسبة 14.29 % و تأتي بعدها فئة "الطلاب" بنسبة 8.27 % ثم فئة "البطالين" بنسبة 6.02 % و أخيرا فئة "المتقاعدين" بنسبة 0.75 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 133 حالة).

- سجل صنف من "ثلاثة إلى أربع ساعات" أعلى نسبة و كانت من نصيب فئة "الموظفين" أيضا و بنسبة 42.65 % تلتها فئة "الماكثات في لبيت" بـــ25%، ثم فئة "الأعمال الحرة" بنسبة 13.24%، ففئة "البطالين"

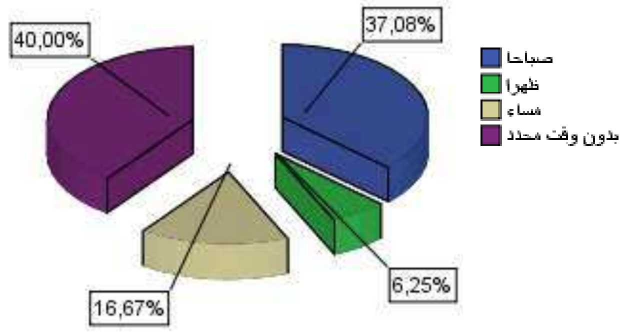
بـــ7.35 % و أخيرا فئة "الطلاب و المتقاعدين" بنسبتين متساويين بلغت على التوالي 5.88 % (من مجموع الحالات و عددها 68 حالة).

- كانت أعلى نسبة في صنف "أكثر من أربع ساعات" من نصيب فئة "الماكثات في البيت" بنسبة بلغت 33.33 % تلتها فئة " الأعمال الحرة بنسبة 23.08 % ، ثم جاءت فئة "الموظفين" في المركز الثالث بنسبة 17.95 %،ففئة "المتقاعدين" بـــ15.38 % ،ثم فئة "البطالين" بنسبة بلغت 10.26 % و أخيرا فئة "الطلبة" بـــ0 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 39حالة).

و على ضوء هذا التحليل نستطيع أن نقر بان المستمع الذي يتعرض لأكبر قدر من البرامج هم فئة الإناث "الماكثات في البيت" و كذلك فئة "الأعمال الحرة" على اختلاف وظائفها (تاجر، طبيب، صيدلي،حرفي..) و في كل ذلك دلالة سوسيولوجية تؤكد على أن هناك علاقة بين المهنة و حجم التعرض لبرامج الإذاعة المحلية فكلما كان الشخص أكثر تحررا من قيود العمل بمفهومه المؤسساتي كلما كان أكثر تحررا و أكثر إنفتاحا على الإستماع للإذاعة المحلية.

الجدول رقم (25) : أوقات الاستماع للإذاعة المحلية من قبل أفراد عينة البحث.

اوقات الاستماع	التكرار	النسبة (%)
صباحا	89	37,08
ظهرا	15	6,25
مساء	40	16,67
دون وقت محدد	96	40
المجموع	240	100



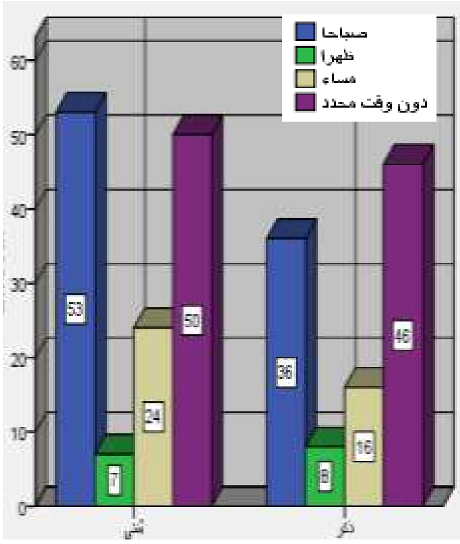
الشكل (32)
أوقات الاستماع للإذاعة المحلية.

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 40 % من إجمالي عينة البحث وبمعدل تكرار (96) حالة من بين (240) حالة ليس لها وقت محدد للاستماع خلال اليوم، إذ تعد هذه الخاصية إحدى الميزات الهامة لوسيلة الراديو الذي يمكن الاستماع إليه في أي مكان و في أي وقت ودون أية حواجز، وهذا ماتعرضنا له في خصائص الاذاعة المسموعة، أما بالنسبة إلى 37.08 % من أفراد عينة البحث فتستمع إلى الإذاعة المحلية خلال الفترة الصباحية و تعد نسبة معتبرة مقارنة بالنسبة الأولى، هذه النسبة كذلك تشير الى وظيفة مهمة من وظائف الإذاعة المحلية و هي الوظيفة الإخبارية خاصة في الفترة الصباحية بالإضافة إلى تقديم الخدمات في مجالات شتى (الإعلانات، الأحوال الجوية، الطرقات، الوفيات،...) فالإذاعة تساهم في رسم الإطار النفسي للمستمعين كما يقول "مندلسون"، فالبرامج الصباحية تهيئ الناس لليقظة و العمل و التفاؤل. لتأتي نسبة 16.67 % من إجمالي أفراد عينة البحث تستمع للإذاعة المحلية في الفترة المسائية ، إن هذه الفترة تمنح للمستمع وقتا للترفيه من الضغوطات اليومية و تقوم برامج السهرة بالتسلية و الإمتاع و تخلق جوا من الاسترخاء ، كذلك هذه الفترة تمنح للمستمع فرصة تحليل الأحداث و الأخبار التي تلقاها في الصباح و ربما لم يكن لديه الوقت للتمعن فيها.فحتى المبررات المهنية في الأوساط الإعلامية تتفق على أن الإذاعات في الفترة الصباحية تكون أكثر تفاعلا مع الأحداث خاصة السياسية على الفترات المسائية التي تتميز بأكثر انفتاح على التحليلات و الطروحات الاجتماعية.

و أخيرا نجد نسبة 6.25 % من إجمالي أفراد عينة البحث و بمعدل (15) حالة من أصل (240) حالة تستمع للإذاعة المحلية في فترة الظهيرة، و تعد هذه النسبة الأضعف على الإطلاق على اعتبار أن فترة الظهيرة قد تكون فترة عمل و ازدحام في النشاط بالنسبة للموظفين أو بالنسبة للمرأة الماكثة في البيت و حتى بالنسبة للفئات الأخرى.

الجدول رقم (26) : العلاقة بين متغير الجنس و متغير أوقات الاستماع للإذاعة المحلية.

الجنس / أوقات		صباحا	ظهرا	مساء	دون وقت محدد	المجموع
أنثى	التكرار	53	7	24	50	134
	النسبة (%)	59,55	46,67	60	52,08	55,83
ذكر	التكرار	36	8	16	46	106
	النسبة (%)	40,45	53,33	40	47,92	44,17
المجموع	التكرار	89	15	40	96	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100



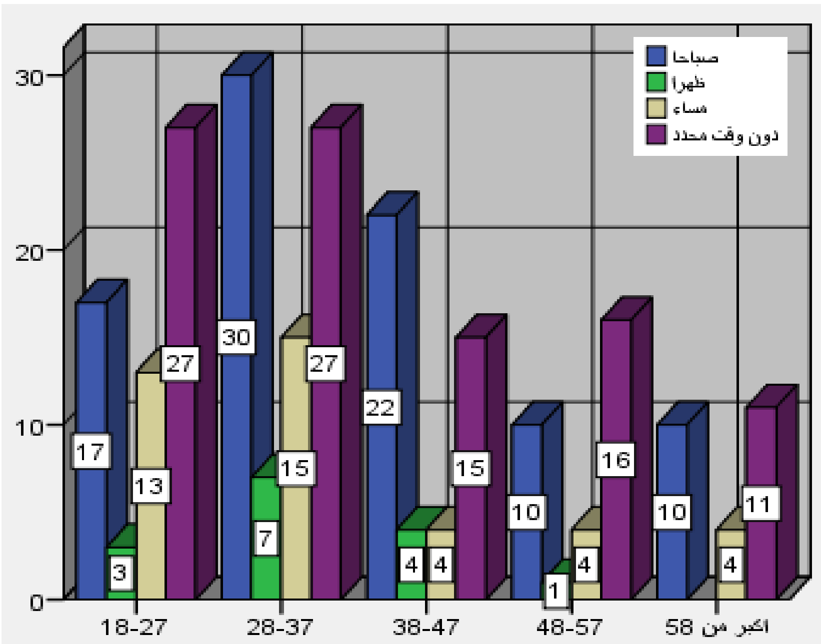
الشكل (33)
العلاقة بين الجنس و أوقات الاستماع

من خلال الجدول رقم(26) نجد أنه في الفترة الصباحية تتقدم فئة الإناث على فئة الذكور بنسبة 59.55% مقابل 40.45% (من مجموع الحالات البالغ عددها 39 حالة)، بينما يتقدم الذكور على الإناث في الاستماع خلال فترة الظهيرة و ذلك بنسبة 53.33 % مقابل 46.67 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 15 حالة)، أما الفترة المسائية فقد احتلت فئة الإناث المرتبة الأولى بنسبة 60 % مقابل نسبة 40 % لفئة الذكور (من مجموع الحالات البالغ عددها 40 حالة)، و في الأخير احتلت فئة الإناث المرتبة الأولى في صنف "بدون وقت محدد" و ذلك بنسبة 52.08 % مقابل 47.92 % لفئة الذكور (من مجموع الحالات البالغ عدها 96 حالة).

ما يمكن استنتاجه من هذا الجدول هو أن الإناث يتفوقن على الذكور من حيث الاستماع في جميع الفترات الوقتية (صباحا، مساء، دون وقت محدد) ماعدا فترة الظهيرة التي رجحت فيها الكفة لفئة الذكور، و ربما يرجع هذا إلى أن هذه الفترة ربما تكون فترة انشغال بالنسبة للإناث خاصة داخل البيت.

الجدول رقم (27) : العلاقة بين متغير السن و متغير أوقات الاستماع للإذاعة المحلية.

السن \ الوقت		صباحا	ظهرا	مساء	دون وقت محدد	المجموع
27-18	التكرار	17	3	13	27	60
	النسبة (%)	19,10	20	32,50	28,13	25
37-28	التكرار	30	7	15	27	79
	النسبة (%)	33,71	46,67	37,50	28,13	32,92
47-38	التكرار	22	4	4	15	45
	النسبة (%)	24,72	26,67	10	15,63	18,75
57-48	التكرار	10	1	4	16	31
	النسبة (%)	11,24	6,67	10	16,67	12,92
أكبرمن 58	التكرار	10	0	4	11	25
	النسبة (%)	11,24	0	10	11,46	10,42
المجموع	التكرار	89	15	40	96	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100



الشكل (34)

العلاقة بين السن و أوقات الاستماع

يبرز هذا الجدول العلاقة بين متغير السن و متغير أوقات الاستماع للإذاعة المحلية، و قد أفصح عن ما يلي:

- بالنسبة للفترة الصباحية: احتلت الفئة العمرية (28-37) سنة المركز الأول بنسبة 33.71 % متبوعة بفئة (38-47) سنة في المركز الثاني بنسبة 24.72 %، تليها فئة (18-27) سنة بنسبة 19.10 % ثم فئة (48-57) سنة بنسبة وفئة أكبر من(58) سنة بنسبتين متساويتين 11.24 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 89 حالة).

- بالنسبة لفترة الظهيرة: احتلت الفئة العمرية (28-37) سنة المركز الأول بنسبة46.67 %، متبوعة في المركز الثاني بالفئة (38-47) سنة بنسبة 26.67 %، تليها فئة (18-27) سنة بنسبة 20 % في المركز الثالث ثم فئة (48-57) سنة بنسبة 6.67 % في المركز الرابع و أخيرا فئة أكبر من (58) سنة بنسبة مساوية للصفر.

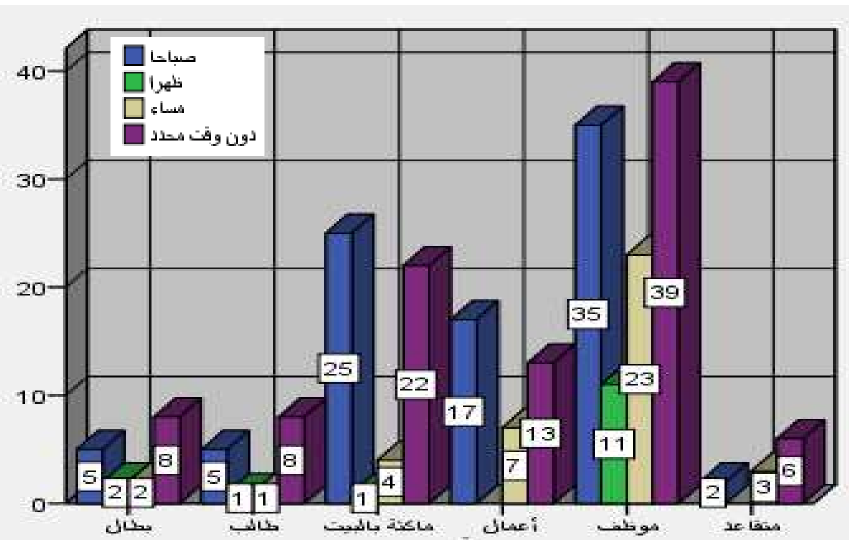
- أما الفترة المسائية: فقد احتلت الفئة العمرية (28-37) سنة المرتبة الأولى بنسبة 37.50 % متبوعة بفئة (18-27) سنة بنسبة 32.50 % في المرتبة الثانية، ثم فئة (38-47) سنة و فئة(48-57) سنة و اكبر من (58) سنة بنسب متساوية تقدر بـــ10 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 40 حالة).

- فيما خص فترة "بدون وقت محدد": فقد احتلت الفئة العمرية (18-27) سنة و فئة (28-37) سنة المركز الأول مناصفة بنسبة 28.13 %، تليها فئة(48-57) سنة بنسبة 16.67 % في المركز الثاني ثم فئة(38-47) سنة في المكز الثالث بنسبة 15.63 %، لتحتل فئة أكبر من (58) سنة المركز الرابع و الأخير بنسبة 11.46 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 96 حالة).

على ضوء هذا الجدول نلاحظ أن الفئات العمرية موزعة توزيعا غير منتظما على مختلف فترات اليوم فيما يخص الاستماع إلى الإذاعة المحلية، مع الإشارة إلى استحواذ الفئة العمرية (28-37) سنة على المركز الريادي فيما يخص أوقات الاستماع طوال اليوم ما يدعم تحليلاتنا السابقة التي مفادها أن العنصر الشبابي يبحث عن بيئة حوار و إمكانيات تواصل مستمرة مع مختلف أجزاء المجتمع عبر وسائل الإعلام وخاصة الإذاعة المحلية على اعتبارها تجربة رائدة و جديدة نسبيا بالنسبة للمجتمع الجزائري.

الجدول رقم (28) : العلاقة بين متغير المهنة لأفراد العينة و متغير أوقات الاستماع.

المهنة / الوقت		صباحا	ظهرا	مساء	دون وقت محدد	المجموع
بطال	التكرار	5	2	2	8	17
	النسبة (%)	5,62	13,33	5	8,33	7,08
طالب	التكرار	5	1	1	8	15
	النسبة (%)	5,62	6,67	2,50	8,33	6,25
ماكثة بالبيت	التكرار	25	1	4	22	52
	النسبة (%)	28,09	6,67	10	22,92	21,67
أعمال حـــرة	التكرار	17	0	7	13	37
	النسبة (%)	19,10	0	17,50	13,54	15,42
موظف	التكرار	35	11	23	39	108
	النسبة (%)	39,33	73,33	57,50	40,63	45
متقاعد	التكرار	2	0	3	6	11
	النسبة (%)	2,25	0	7,50	6,25	4,58
المجموع	التكرار	89	15	40	96	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100



الشكل (35)

العلاقة بين المهنة و أوقات الاستماع

يبين هذا الجدول العلاقة بين متغير المهنة لأفراد عينة البحث و متغير أوقات الاستماع، حيث دل هذا الأخير على مايلي:

- بالنسبة للفترة الصباحية: احتلت فئة "الموظفين" المركز الأول بنسبة 39.33 %، بينما احتلت فئة "الماكثات في البيت" المركز الثاني بنسبة 28.09 %، و قد احتلت فئة "أعمال حرة" المركز الثالث بنسبة 19.10 %، و في المركز الرابع احتلت كل من فئة "بطال" وفئة "طالب" نفس المرتبة بنسبة 5.62 %، و في الأخير تأتي فئة "متقاعد" بنسبة 2.25 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 89 حالة).

- بالنسبة لفترة الظهيرة: استحوذت فئة "الموظفين" على المرتبة الأولى بنسبة 73.33 % ثم فئة "بطال" بنسبة 13.33 % في المرتبة الثانية، بعدها فئتي "طالب" و "ماكثة في البيت" بنسبة 7.67 % و في المركز الأخير فئتي "أعمال حرة" و "متقاعد" بـــ0 % (من مجموع الحالات البالغ عددها15 حالة).

- أما الفترة المسائية فقد كانت موزعة على فئة "الموظفين" في المرتبة الأولى بنسبة 57.50 %، ثم فئة "أعمال حرة" بنسبة 17.50 % تليها فئة "الماكثات في البيت" في المرتبة الثالثة بنسبة 10 % و في المركز الرابع تأتي فئة "متقاعد" بنسبة 7.5 %، بينما احتلت فئة "بطال" المركز الخامس بنسبة 5 %، و في الأخير نسبة 2.50 % و كانت من نصيب فئة "الطلبة" (من مجموع الحالات البالغ عددها 40 حالة).

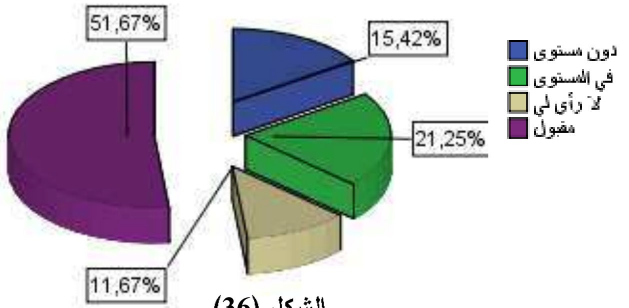
- أما فترة بدون وقت محدد، فقد كان المركز الأول من نصيب فئة "الموظفين" بنسبة 40.63 % أما المركز الثاني فقد عاد لفئة "الماكثات في البيت" بنسبة 22.92 %، و المركز الثالث رجع إلى فئة "أعمال حرة" بنسبة 13.54 %، لتقتسم المركز الرابع كل من فئة "بطال" وفئة "طالب" بنسبة 8.33 %، و في الأخير احتلت المركز الخامس فئة "متقاعد" بنسبة 6.25 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 96 حالة).

على العموم إن التوزيع الزمني لفترات الاستماع كان لصالح "الموظفين" في جميع فترات اليوم سواء صباحا أو ظهرا أو مساء و حتى الفترات الزمنية غير المحددة بوقت معين، و في هذا دلالة سوسيولوجية مهمة و هي أن الإذاعة المحلية تعمل على خفض التوتر لدى الموظف من جهة بتزويده بالأخبار الضرورية و من جهة أخرى تعمل الإذاعة المحلية على أنها وسيلة للتسلية و الترفيه و التثقيف بصفة عامة، و هي وسيلة سهلة المنال و غير متعبة مقارنة بفعل القراءة كالصحافة مثلا.

كما نجد أن ثلاثة فئات كانت نسبتها ضعيفة جدا من حيث التوزيع على فترات الاستماع اليومي وهي فئة "الطلبة"، "البطالين"، "المتقاعدين" و في هذا دلالة سوسيولوجية أخرى تكمن في عدم الاندماج التام في هذا الفضاء الإذاعي، ربما لسبب قلة الاهتمام بهذه الشرائح في البرامج الإذاعية (وحتى في المجتمع) على غرار فئة "الموظفين" التي نلمس بأنها مندمجة جيدا مع هذا الفضاء الإذاعي.أما فئتي "أعمال حرة" و "ماكثة في البيت" فكانت نسبتهم متقاربة و موزعة على مدار فترات اليوم.

الجدول رقم (29) : رأي المبحوثين في مذيعي الإذاعة المحلية.

الإحتمالات	التكرار	النسبة (%)
لا رأي لي	28	11,67
دون مستوى	37	15,42
مقبول	124	51,67
في المستوى	51	21,25
المجموع	240	100



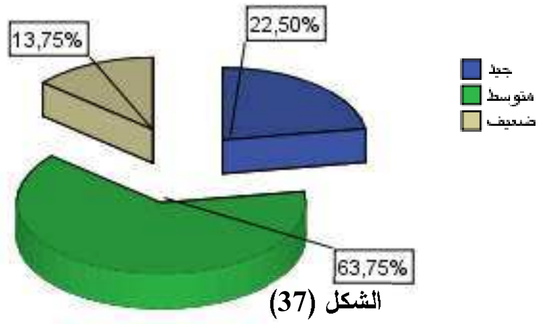
الشكل (36)
رأي المبحوثين في مذيعي الإذاعة المحلية

أما الجدول رقم (29) فيبين رأي المبحوثين في مذيعي الإذاعة المحلية، و قد أشارت الشواهد الميدانية و الإحصائية بان 51.67 % من إجمالي العينة أي (124 حالة من أصل 240 حالة) ترى بأن مستوى المذيعين مقبول، بينما أشارت نسبة 21.25 % من إجمالي العينة و بتكرار (51 حالة من أصل 240 حالة) بأن مذيعي الإذاعة المحلية في المستوى، و أشارت نسبة 15.42 % بأن مستوى المذيعين دون المستوى ، و ترددت نسبة 11.67 % عن الإجابة و لم تدل برأيها فيما يخص مستوى المذيعين.

ليبقى في الأخير الانطباع بأن مستوى المذيعين مقبول عموما للمذيعين، حتى لو أضفنا فئة "لا رأي لي" إلى النسبة من النسبتين المتبقيتين (دون المستوى وفي المستوى) فهذا لن يؤثر على الترتيب.

الجدول رقم (30) : رأي المبحوثين في مذيعي الإذاعة المحلية من جانب التحكم اللغوي.

التقييم	التكرار	النسبة (%)
ضعيف	33	13,75
متوسط	153	63,75
جيد	54	22,50
المجموع	240	100

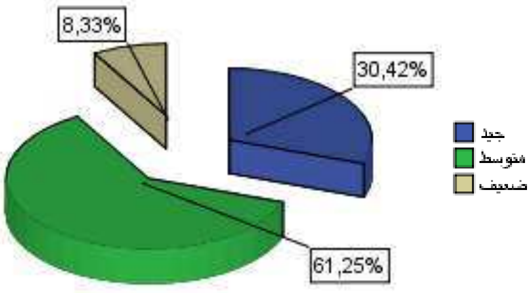


الشكل (37)
تقييم المذيعين من جانب اللغة

إن هذا الجدول يعطينا نظرة عن رأي المبحوثين في مذيعي الإذاعة المحلية من جانب التحكم اللغوي و لو بشكله العام، حيث أشارت غالبية العينة و بنسبة 63.75 % من إجمالي العينة بأن المذيعين ذوي مستوى لغوي متوسط، ثم نسبة 22.50 % من مذيعي الإذاعة المحلية ذوي مستوى لغوي جيد، لتأتي في الأخير نسبة 13.75 % من إجمالي العينة لتقر بأن المستوى اللغوي ضعيف. إن المستوى اللغوي في الخطاب الإذاعي حسب عينة البحث لم يرق إلى المستوى المطلوب.

الجدول رقم (31) : تقييم مذيعي الإذاعة المحلية في عرض القضايا المحلية.

التقييم	التكرار	النسبة (%)
ضعيف	20	8,33
متوسط	147	61,25
جيد	73	30,42
المجموع	240	100



الشكل (38)

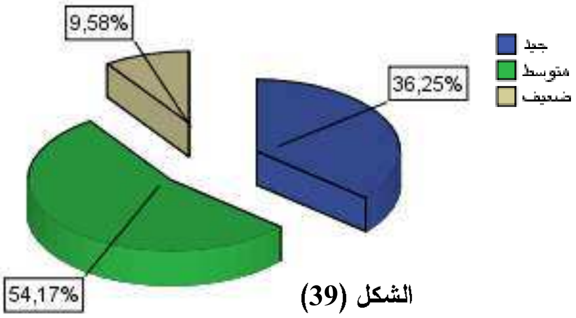
تقييم المذيعين في عرض القضايا المحلية

من ناحية تقييم مذيعي الإذاعة المحلية في شق معالجة القضايا المحلية، فقد قيمت عينة البحث عرض القضايا المحلية من طرف المذيعين بالمتوسط بنسبة 61.25 % (أي 147 حالة من إجمالي 240 حالة)، كما قيم 30.42 % من أفراد مجتمع البحث بأن عرض المذيعين للقضايا المحلية يرقى إلى المستوى الجيد بينما قيم 8.33 % من المبحوثين بأن المستوى ضعيف فيما يخص عرض القضايا المحلية.

الملفت للانتباه في هذا الجدول هو ارتفاع نسبة فئة "جيد" ما يعني عموما أن التقييم كان ايجابيا بالنسبة لتأدية هذه الخدمة من قبل الإذاعة و المذيعين.إن الإذاعة المحلية تعمل جاهدة على مد جسور التواصل بينها و بين المجتمع المحلي عن طريق عرض قضاياه و انشغلاته.

الجدول رقم (32) : تقييم مذيعي الإذاعة المحلية في إعلام المواطنين.

التقييم	التكرار	النسبة (%)
ضعيف	23	9,58
متوسط	130	54,17
جيد	87	36,25
المجموع	240	100



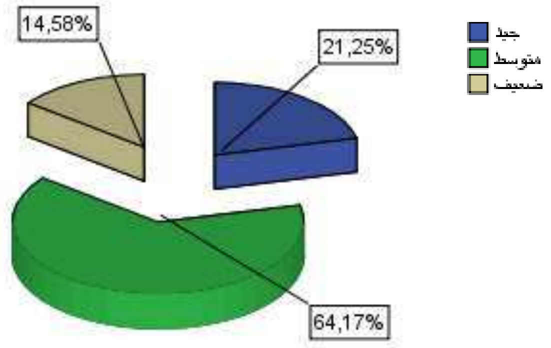
الشكل (39)

تقييم المذيعين في اعلام المواطنين

يوضح الجدول تقييم أفراد عينة البحث لمذيعي الإذاعة المحلية في إعلام المواطنين ، حيث اتفقت غالبية أفراد العينة على أن مستوى الخدمة المقدمة في هذا الجانب متوسطة بنسبة 54.17 % ثم عبرت 36.25 % من إجمالي عينة البحث على أن المستوى جيد ، و تأتي نسبة 9.58 % من إجمالي العينة و بتكرار (23 حالة من أصل 240 حالة) في المركز الثالث و الأخير معبرة على ضعف في مستوى تقديم هذه الخدمة فمن خلال الجدول رقم (32) نستشف مبدئيا بان عينة البحث راضية نسبيا عن مستوى تقديم الخدمة في مجال إعلام المواطنين في مختلف المجالات الحياتية.

الجدول رقم (33) : تقيم مذيعي الإذاعة المحلية في مجال الثقافة العامة.

التقييم	التكرار	النسبة (%)
ضعيف	35	14,58
متوسط	154	64,17
جيد	51	21,25
المجموع	240	100



الشكل (40)

تقييم المذيعين في مجال الثقافة العامة

وفقا للجدول رقم (33) الذي فقد بينت الشواهد الإحصائية بان تقييم المبحوثين لمذيعي الإذاعة المحلية في مجال الثقافة العامة كان:

متوسطا بالدرجة الأولى بنسبة 64.17 % من إجمالي أفراد عينة البحث، ثم جيد بالدرجة الثانية بنسبة 21.25 % من إجمالي أفراد عينة البحث، و أخيرا جاء المستوى ضعيف بنسبة 14.58 % من إجمالي أفراد عينة البحث.

و عموما ما يمكن استخلاصه من الجداول السابقة (29)، (30)، (31)، (32)، (33) هو :

– الثبات النسبي في إجابات المبحوثين فيما يخص تقييم المذيعين العاملين في الإذاعة المحلية و كذا الوظائف التي يؤدونها.

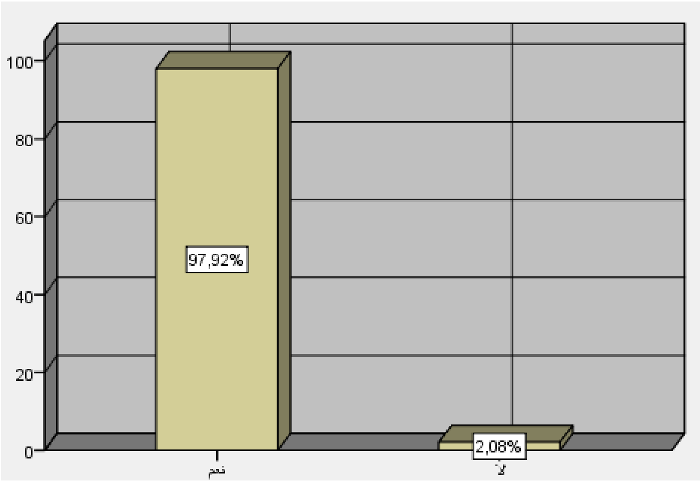
– استقرار غالبية المبحوثين في خانة واحدة فيما يخص التقييم و ذلك بالإجابة بـــ "متوسط" بالنسبة للأداء و الوظائف، ما يفسر ظاهريا عدم وضوح الرؤيا عند المبحوثين اتجاه عدة عناصر في المجال الإعلامي بصفة عامة و العمل الإذاعي بصفة خاصة.

في هذا المجال يمكن القول بأن هناك عنصرين مهمين هما محل تقييم ايجابي من طرف المبحوثين، الأول في مجال إعلام المواطنين، و الثاني في مجال عرض القضايا المحلية وهذا بالنظر إلى نسبة التقييم "الجيد" التي كانت مرتفعة فيهما على التوالي 30.42 % في الجدول رقم (31) و 36.25 % في الجدول رقم (32)، على اعتبار أن هاتين الوظيفتين تعدان أهم ركيزتين في نشاط أي إذاعة محلية.

2- دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات الاجتماعية، السياسية و الاقتصادية.

الجدول رقم (34) : ضرورة وجود الإذاعة المحلية في المجتمع.

الإحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	235	97,92
لا	5	2,08
المجموع	240	100



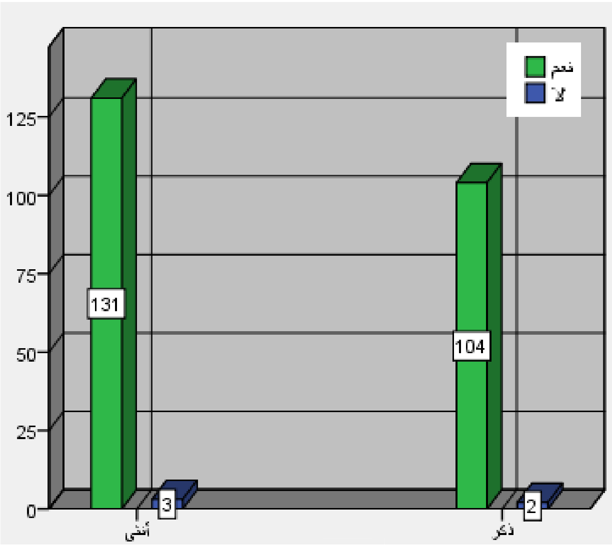
الشكل (41)
ضرورة وجود الإذاعة المحلية في المجتمع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (34) بأن غالبية أفراد عينة البحث تجمع و تقر بضرورة وجود إذاعة محلية في المجتمع و في الرقعة الجغرافية التي تعيش فيها، و ذلك بنسبة 97.92 %، بينما نفت نسبة 2.08 % من إجمالي عينة البحث ضرورة وجود إذاعة محلية.

إن هذا الجدول لا يدع الشك لتأكيد دور وسائل الاتصال المحلية في المجتمع ، و كذلك التأكيد على أهمية كل وسيلة إعلامية على حدا ، فلا مجال هنا للمزايدة على أن هناك وسيلة إعلامية أفضل من أخرى أو التحدث (التنبؤ) على انقراض و تراجع بعض الوسائل الإعلامية دون الأخرى ، لكن نعترف بأن هناك أفضلية لوسائل إعلامية على أخرى. فحسب الشواهد الكمية المتاحة تأكد لنا ضرورة و حتمية وجود إذاعة محلية داخل المجتمع المحلي من أجل المرافقة الجوارية، وحتى من خلال مقابلاتنا مع أغلبية أفراد عينة البحث الذين أدلوا لنا بضرورة وحتمية وجود إذاعة محلية تعبر بإسمهم و تمثلهم في ظل مجتمع ما فتئ يتعقد و يتشابك في جميع أبعاده.

الجدول رقم (35) : علاقة متغير الجنس لعينة البحث و ضرورة وجود إذاعة محلية في المجتمع.

الجنس / الاحتمالات		نعم	لا	المجموع
أنثى	التكرار	131	3	134
	النسبة (%)	55,74	60	55,83
ذكر	التكرار	104	2	106
	النسبة (%)	44,26	40	44,17
المجموع	التكرار	235	5	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (42)

علاقة متغيرالجنس بضرورة وجود الإذاعة المحلية.

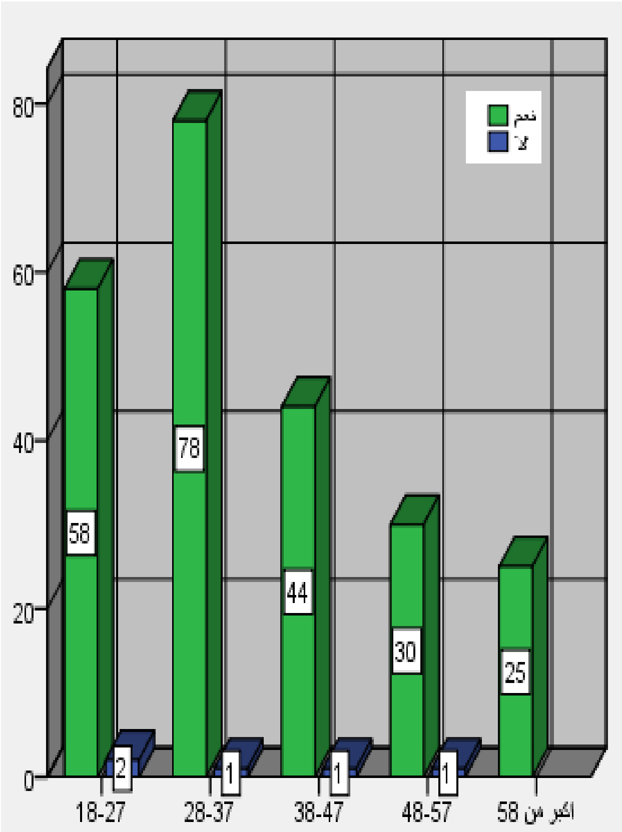
تشير البيانات الإحصائية المتعلقة بمتغير الجنس لأفراد عينة البحث و متغير ضرورة وجود إذاعة محلية في المجتمع، إلى أن نسبة الإناث في تأييد وجود إذاعة محلية كانت أعلى من نسبة الذكور حيث قدرت بـــ55.74 %، مقابل 44.26 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 235 حالة)، و حافظت الإناث على نفس المكانة في الإقرار بعدم ضرورة تواجد الاذاعة المحلية في المجتمع بنسبة 60% مقابل نسبة 40% للذكور (من مجموع الحالات البالغ عددها 5 حالات).

ما يمكن استخلاصه من هذا الجدول أن نسبة التأييد كانت عالية عند الجنسين و كانت أعلى منها عند الإناث مقارنة بالذكور.

أما بالنسبة للنفي فقد كان متقاربا بالنسبة للجنسين.

الجدول رقم (36) : العلاقة بين متغير السن و متغير ضرورة وجود الإذاعة المحلية.

السن	الاحتمالات	نعم	لا	المجموع
27-18	التكرار	58	2	60
	النسبة (%)	24,68	40	25
37-28	التكرار	78	1	79
	النسبة (%)	33,19	20	32,92
47-38	التكرار	44	1	45
	النسبة (%)	18,72	20	18,75
57-48	التكرار	30	1	31
	النسبة (%)	12,77	20	12,92
اكبر من 58	التكرار	25	0	25
	النسبة (%)	10,64	0	10,42
المجموع	التكرار	235	5	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (43)

علاقة السن و ضرورة وجود الإذاعة المحلية.

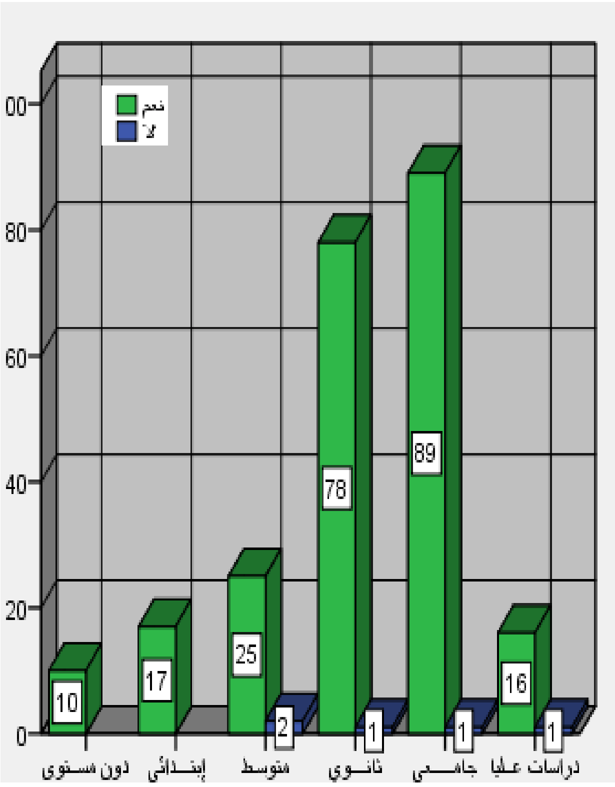
يوضح الجدول العلاقة بين متغير السن لمجتمع البحث و متغير ضرورة وجود الإذاعة المحلية،حيث يبين أن الفئة العمرية التي تؤيد ضرورة وجود الإذاعة المحلية هي فئة (28-37) سنة بنسبة 33.19 %، تليها فئة (18-27) سنة بنسبة 24.68 %، ثم فئة (38-47) سنة بنسبة 18.72 %، ففئة (48-57) سنة بنسبة 12.77% و أخيرا فئة أكبر من(58) سنة بنسبة 10.64% (من مجموع الحالات البالغ عددها235 حالة).

أما بالنسبة للمبحوثين الذين ينفون ضرورة وجود إذاعة محلية في المجتمع فتمركزت نسبة 40 % منها في الفئة العمرية (18-27) سنة تليها الفئات العمرية التالية: (28-37) سنة ، (38-47) سنة و (48-57) سنة بنسب متساوية تقدر على التوالي بـــ20 % لتأتي في الأخير فئة أكبر من(58) سنة بنسبة 0 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 5 حالات).

و عليه يمكن ملاحظة العلاقة الموجودة بين هذين المتغيرين، خاصة عند فئة الشباب و في الفئات العمرية (18-27) سنة و (28-37) سنة بالتحديد و اللتان احتلتا المركزين الأولين، و التي تبرز للعيان ضرورة تواجد تواصل و مرافقة في المجتمع عن طريق قنوات اتصال تكون بالدرجة الأولى مؤسساتية ، و لعل الاذاعة المحلية تمثل إحدى الوسائل الإعلامية المثلى لتحقيق هذا الغرض في المجتمع المحلي وخاصة بالنسبة لفئة الشباب.

الجدول رقم (37) : العلاقة بين متغير التحصيل العلمي و متغير ضرورة وجدود إذاعة محلية.

المستوى	الاحتمالات	نعم	لا	المجموع
دون مستوى	التكرار	10	0	10
	النسبة (%)	4,26	0	4,17
إبتدائي	التكرار	17	0	17
	النسبة (%)	7,23	0	7,08
متوسط	التكرار	25	2	27
	النسبة (%)	10,64	40	11,25
ثانوي	التكرار	78	1	79
	النسبة (%)	33,19	20	32,92
جامعي	التكرار	89	1	90
	النسبة (%)	37,87	20	37,50
دراسات عليا	التكرار	16	1	17
	النسبة (%)	6,81	20	7,08
المجموع	التكرار	235	5	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (44)
علاقة التحصيل العلمي و ضرورة وجود الإذاعة المحلية.

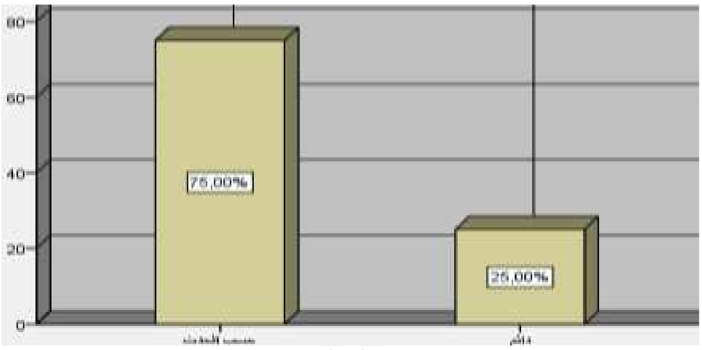
تشير الشواهد الإحصائية في الجدول رقم (37)، الذي يمثل العلاقة بين متغير التحصيل العلمي (المستوى التعليمي) و متغير ضرورة وجدود إذاعة محلية إلى أن:

فبالنسبة لضرورة وجود إذاعة محلية في المجتمع، تمركزت النسبة الأعلى و المقدرة بـــ37.87 %، في صنف "ذوي المستوى الجامعي"، تلتها نسبة 33.19 % و تخص صنف "المستوى الثانوي"، ثم نسبة 10.64 % لذوي "المستوى المتوسط"، أما صنف "المستوى الابتدائي" فكانت نسبته 7.23 %، ثم فئة مستوى "الدراسات العليا" بنسبة 6.81 %، ليحتل صنف "دون المستوى" المرتبة الأخيرة بنسبة 4.26 % (من مجموع الحالات البالغ عددها 235 حالة).

أما فيما يخص المبحوثين الذين أكدوا عدم ضرورة وجود الإذاعة المحلية في المجتمع، فان الحالات اقتصرت على فئات "المستوى المتوسط" بنسبة 40 % ثم المستوى "الثانوي" و "الجامعي" و "الدراسات العليا" بنسب متساوية تقدر بـــ20 %، و أخيرا فئتي "دون المستوى" و "الابتدائي" بنسب مساوية لـــ0 %. فيما يخص هذين المتغيرين هناك تباين و اختلاف في الرؤى حول ضرورة وجود إذاعة محلية في المجتمع، إذ ليس ضروري أن يكون الفرد ذو مستوى تعليمي كبيرا حتى يعي ضرورة وجود إذاعة محلية، و الدليل على ذلك أن فئة "دون المستوى" و "المستوى الابتدائي" حلت قبل فئة مستوى "الدراسات العليا". و في نفس السياق لا توجد أي حالة من ذوي المستوى "الابتدائي" أو "دون المستوى" تقر بعدم ضرورة وجود إذاعة محلية.في المقابل إن الحالات التي أقرت بعدم ضرورة وجود الإذاعة المحلية في المجتمع وكانت تنتمي إلى فئتي المستوى "الجامعي" و "الدراسات العليا" إذ لا يجب ترجمتها على أنها فئات غير واعية بأهمية ودور الإعلام المحلي ، ولكن يمكن عزوها إلى النظرة السلبية تجاه حصيلة نشاطات الإذاعة المحلية في المجتمع و بالتحديد الدور الذي تقوم به تجاه هاته الفئات،كما يمكن أن نجد تفسيرا لهذا الوضع في نظرية ترتيب اهتمامات جمهور المتلقين التي ترى بأن الإعلاميين يلعبون دورا هاما في تشكيل الحياة الاجتماعية، حينما يمارسون دورهم في اختيار و عرض و ترتيب المواضيع على الجمهور،أي أن الاهتمامات التي تفرضها وسائل الإعلام على الجمهور بمختلف شرائحه (بطالين،طلبة،....) يجب أن تكون هي نفس الاهتمامات لدى الجمهور، ذلك أن وسائل الإعلام تقوم بوضع الأجندة للجمهور و هكذا فإن وظيفة وضع الأجندة للاتصال الجماهيري تتمثل في مقدرتها للتأثير على تغيير المعرفة عند الأفراد و تقوم ببناء تفكيرهم، و هنا يكمن أهم تأثير لوسائل الاتصال، و هو مقدرتها على ترتيب العالم و تنظيمه عقليا للجمهور. إن الفرد الذي يعرض نفسه لأجندة وسيلة إعلامية معينة سوف يكيف إدراكه للأهمية المعطاة للقضايا المعروضة في اتجاه يتفق و حجم الاهتمام الممنوح لهذه القضايا في الوسيلة المستخدمة.

الجدول رقم (38) : وتيرة اهتمام الاذاعة المحلية بمعالجة الحدث الوطني.

الإحتمالات	التكرار	النسبة (%)
حسب الحدث	180	75
دائم	60	25
المجموع	240	100



الشكل (45)

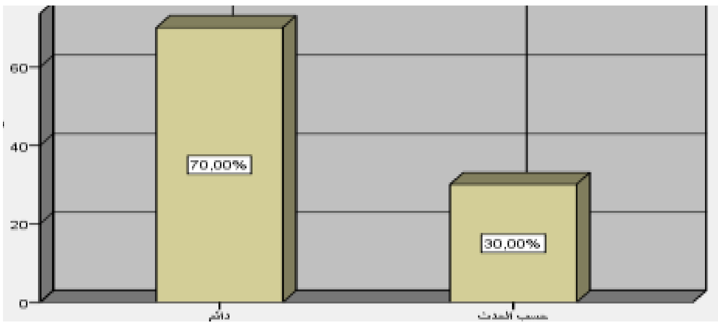
وتيرة اهتمام الاذاعة المحلية بمعالجة الحدث الوطني.

لقد دلت البيانات الإحصائية فيما يخص و وتيرة إهتمام الاذاعة المحلية بمعالجة الحدث الوطني (مكانة الوطني داخل المحلي) في الجدول رقم (38)، على أن 75 % من إجمالي عينة البحث ترى بأن الاهتمام من قبل الاذاعة المحلية بما هو وطني يكون "حسب الحدث" (مناسباتي)، بينما ترى نسبة 25 % من إجمالي عينة البحث بأن وتيرة الاهتمام دائمة بمعالجة الحدث الوطني هي دائمة .

و عليه يعتقد أفراد مجتمع البحث بأن اهتمام الاذاعة المحلية بما هو وطني يكون ظرفيا و منسابتيا، و هذا طبيعي لأنه نابع من الاختلاف الواضح بين الإذاعة الوطنية (المركزية) و الاذاعة المحلية(الجهوية) في نوعية الرهانات المجتمعية و كذا الاستراتيجيات الإعلامية المتبناة لكل نوع على حدى.

الجدول رقم (39) : وتيرة اهتمام الإذاعة المحلية بمعالجة الحدث المحلي.

الإحتمالات	التكرار	النسبة (%)
حسب الحدث	72	30
دائم	168	70
المجموع	240	100

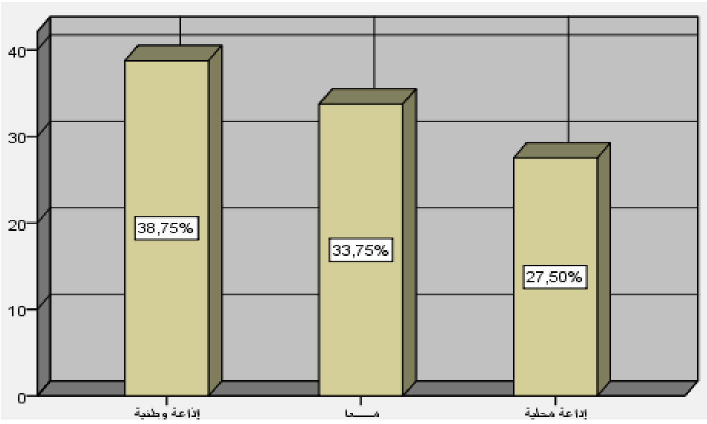


الشكل (46) وتيرة الاهتمام بمعالجة الحدث المحلي.

و في نفس السياق أكدت نسبة 70 % من المبحوثين في الجدول رقم (39)، بأن وتيرة الاهتمام بالحدث المحلي هي دائمة، بينما اختلفت معها نسبة 30 % من المبحوثين و أبدت اعتراضها على ذلك، و أجمعت على أن وتيرة الاهتمام بالحدث المحلي تكون حسب الحدث أي مناسباتي. و في هذه النسبة المؤوية بالذات بعض الدلالات السوسيولوجية ، ربما لاعتقاد هذه الفئة بأن الاذاعة المحلية ما هي إلا امتداد طبيعي للخطاب الإعلامي المركزي، وهي صورة مختلفة من حيث الشكل فقط عن الإذاعة المركزية و بالتالي فهي لا تخدم التوجه المحلي بمفهومه الوظيفي ، إنها بهذا المفهوم تعد صورة طبق الأصل للإذاعة المركزية.

الجدول رقم (40) : مصدر الخبر عند وقوع الأحداث الهامة.

الإحتمالات	التكرار	النسبة (%)
إداعة محلية	66	27,50
إذاعة وطنية	93	38,75
مـــــعا	81	33,75
المجموع	240	100



الشكل (47)
مصدر الخبر عند وقوع الاحداث الهامة.

أما عن رأي المبحوثين في مصدر الخبر عند وقوع الأحداث المهمة، فقد تباينت الرؤى و انقسمت إلى ثلاثة فئات كما يوضحه الجدول رقم (40).

الفئة الأولى: تؤيد استقاء الأخبار من الإذاعة الوطنية (المركزية) عند وقوع الأحداث الهامة بنسبة 38.75 % من إجمالي عينة البحث و بتكرار (93 حالة من بين 240 حالة).

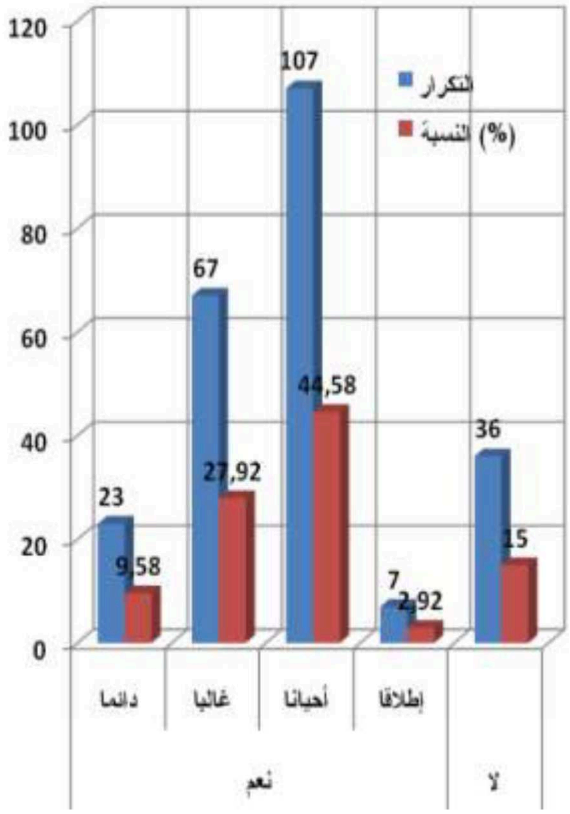
الفئة الثانية: تميل إلى التوفيق و التنويع بين المصدرين أي الإذاعة الوطنية و الإذاعة المحلية معا، و ذلك بنسبة33.75 % من إجمالي عينة البحث أي بتكرار (81 حالة من بين 240 حالة).

الفئة الثالثة: اختارت الإذاعة المحلية كمصدر رئيسي للتزود بالخبر أثناء الأحداث الهامة، و بلغت النسبة 27.50% أي بمعدل تكرار (66 حالة من أصل 240 حالة).

الشيء الملفت للانتباه في هذه الشواهد الإحصائية هو نسبة الفئة الثالثة التي تعبر عن الثقة التي بدأت تكتسبها الإذاعة المحلية في أوساط مستمعيها مقارنة بحداثة تجربتها بالوسائل الإعلامية الأخرى (انطلقت التجربة فيها سنة 1991) ، حتى أصبحت مصدرا رئيسيا للأخبار أثناء وقوع التقلبات المجتمعية الهامة، كما أضحت هذه الوسيلة لصيقة بالمستمع الذي لا يكاد يفارقها حتى أثناء الأحداث الوطنية الهامة، كما يجب قراءة و تحليل هذه النسبة في سياق التجربة القصيرة نسبيا لتجربة الاذاعة المحلية مقارنة بالإذاعة المركزية.

الجدول رقم (41) : مدى تتبع المشكلات الاجتماعية، السياسية و الاقتصادية لعينة البحث و درجة توفيق الاذاعة المحلية في المعالجة.

الاحتمالات		التكرار	النسبة (%)
نعم	دائما	23	9,58
	غالبا	67	27,92
	أحيانا	107	44,58
	إطلاقا	7	2,92
	المجموع الجزئي	**204**	**85**
لا		36	15
المجموع		**240**	**100**



الشكل (48)
مدى تتبع المشكلات الاجتماعية، السياسية، و الاقتصادية لعينة البحث و درجة توفيق الاذاعة المحلية في المعالجة.

و من خلال الجدول رقم (41) و جدنا أن نسبة 15 % من إجمالي عينة البحث لم تتبع المشكلات (الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية) مهما كانت نوعيتها من خلال الاذاعة المحلية، و ذلك بمعدل تكرار (36 حالة من أصل 240 حالة).

بينما نجد نسبة 85 % أي بمعدل (204 حالة من أصل 240 حالة) أكدت أنها تابعت بعناية أحد أنواع المشكلات سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، و تباينت الرؤى حول التوفيق في معالجة النوع المشاكل وتجسدت في عبارة "أحيانا" بنسبة 44.58 % (أي بمعدل 107 حالة من أصل 240 حالة).

أما نسبة 27.92 % من مجموع المبحوثين فقد إرتأت بأن الإذاعة المحلية وفقت غالبا في المعالجة، وكان ذلك بمعدل (67 حالة من بين 240 حالة).

وأجابت (23 حالة من أصل 240 حالة) و بنسبة 9.58 % من إجمالي عينة البحث، بعبارة "دائما" ما يعبر عن رأيها الايجابي في المعالجة.

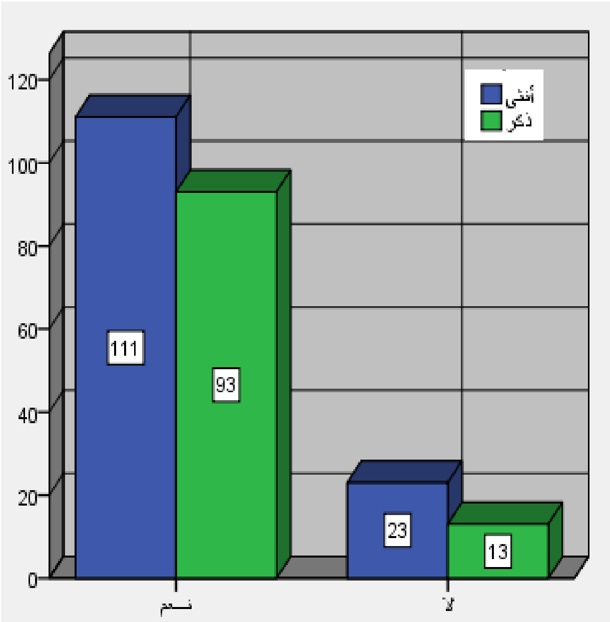
كما أجابت نسبة 2.92 % بعبارة "إطلاقا" و هي بذلك تؤكد عدم توفيق الإذاعة المحلية في المعالجة، و على ضوء هذه المعطيات يمكن استخلاص ما يلي:

أن اغلبيه عينة البحث (85 %) تتابع عن كثب المشكلات باختلاف أبعادها الاجتماعية، الاقتصادية و السياسية من خلال الإذاعة المحلية ما يعطي دور الريادة لها في رصد و إكتشاف بل و تقصي الحلول لهذه المشكلات ، وهذا ما أكدته وجهة نظر "هارولد لاسويل" التي تقر بأن من وظائف وسائل الاتصال العمل على مراقبة البيئة أو المحيط و كشف ما يهدد قيم الجماعة.

كذلك ما يمكن الإشارة إليه ، أن الرؤى تباينت و اختلفت حول درجة التوفيق في المعالجة، و استقرت في عبارة أحيانا (موافق إلى حد ما) و التي يمكن اعتبارها حالة وسطية توحي بأن وظيفة الإذاعة المحلية هي تشخيص و رصد المشكلات فقط ، و لكن ليس لها الآليات و الوسائل الكفيلة لحلها، إذ لا يتوقف حل المشكلات المجتمعية على مدى استعداد مؤسسة الإذاعة المحلية فقط بل على قطاعات بينية عديدة.

الجدول رقم (42) : العلاقة بين متغير تتبع المشكلات و متغير الجنس لعينة البحث.

الاحتمالات / الجنس		أنثى	ذكر	المجموع
نـــــعم	التكرار	111	93	204
	النسبة (%)	82,84	87,74	85
لا	التكرار	23	13	36
	النسبة (%)	17,16	12,26	15
المجموع	التكرار	134	106	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (49)
العلاقة بين متغير تتبع المشكلات و بين متغير الجنس لعينة البحث.

ما لاحظنا من خلال الشواهد الإحصائية للجدول رقم (42) الذي يوضح العلاقة بين متغير تتبع المشكلات و بين التوزيع الجنسي لأفراد عينة البحث أن:

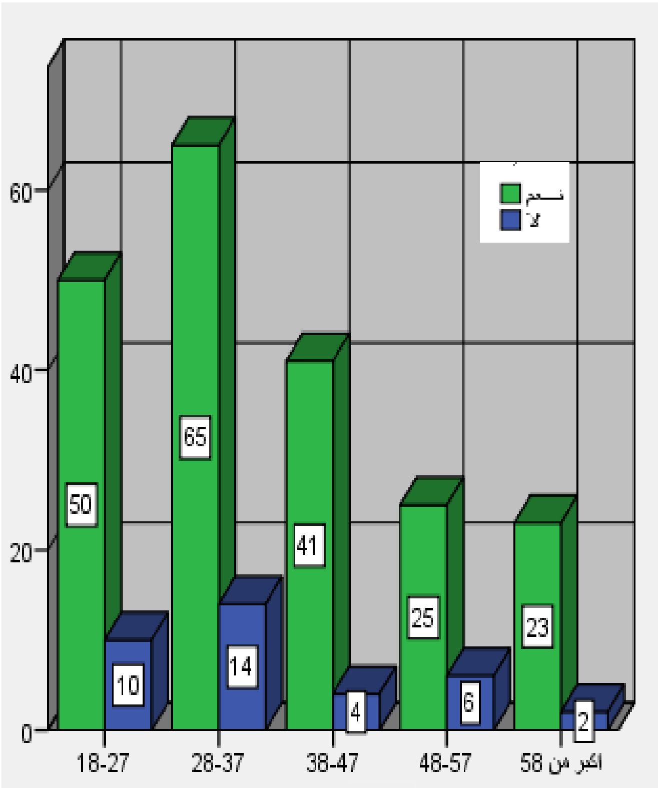
-فئة الذكور هي الأكثر تتبعا للمشكلات بكل أبعادها، حيث بلغت نسبتهم 87.74 % من مجموع الحالات البالغ عددها (106) حالة، مقابل نسبة 82.84 % لفئة الإناث من مجموع الحالات البالغ عددها (134)حالة.

بينما بلغت نسبة الذين لا يتتبعون المشكلات من الجنسين، 15 % من إجمالي عينة البحث، و كانت نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور حيث قدرت بنسبة 17.16 % أي بتكرار (23 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 134 حالة)، مقابل نسبة 12.26 % للذكور أي بتكرار (13 حالة من أصل 106 حالة).

من خلال هذه المعطيات الميدانية يمكن أن نستنتج بأن فئة الذكور هي الأكثر تتبعا و انشغالا للمشكلات من فئة الإناث و هذا ربما يبدو قريب إلى ثقافة و واقع المجتمع الجزائري، أي أن المجتمع عمل على ترسيخ حقيقة مفادها أن مفهوم المشكلة أو الأزمة بصفة عامة مرتبطة في مجتمعنا بالرجل أكثر منه عند المراة.

الجدول رقم (43) : العلاقة بين متغير السن و متغير تتبع المشكلات من خلال الإذاعة المحلية.

السن \ الاحتمالات		نعم	لا	المجموع
27-18	التكرار	50	10	60
	النسبة (%)	24,51	27,78	25
37-28	التكرار	65	14	79
	النسبة (%)	31,86	38,89	32,92
47-38	التكرار	41	4	45
	النسبة (%)	20,10	11,11	18,75
57-48	التكرار	25	6	31
	النسبة (%)	12,25	16,67	12,92
اكبر من 58	التكرار	23	2	25
	النسبة (%)	11,27	5,56	10,42
المجموع	التكرار	204	36	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (50)

العلاقة بين متغير السن و درجة تتبع المشكلات من خلال الإذاعة المحلية.

حسب النسب المسجلة في الجدول رقم (43) الذي يقيم علاقة بين متغير السن و متغير تبع المشكلات من خلال الإذاعة المحلية بالنسبة لأفراد عينة البحث فيمكن اعتماد المؤشرات الآتية بالنسبة المؤوية و التكرار:

-بالنسبة للفئة العمرية (18–27) سنة: نجد أن نسبة الذين لا يتتبعون المشكلات من خلال الإذاعة المحلية بلغ 27.78 % و بتكرار (10 حالات من مجموع الحالات البالغ عددها 36 حالة) مقابل (50 حالة من أصل 204 حالة) و بنسبة 24.51 % للذين يتتبعون المشكلات.

-أما بالنسبة للفئة العمرية (28–37) سنة : بلغت فيها نسبة الذين لا يتتبعون المشكلات 38.89 % و بتكرار (14 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 36)، مقابل نسبة 31.86 % بالنسبة للمبحوثين الذين يتتبعون المشكلات و بتكرار (65 حالة من أصل 204 حالة).

– الفئة العمرية (38–47) سنة: حيث بلغت فيها نسبة الذين يتتبعون المشكلات من المبحوثين 20.10 %

و بتكرار (41 حالة من مجموع الحالات البالغ عدها 204 حالة)، مقابل 11.11 % و بتكرار (4 حالات من أصل 36 حالة) بالنسبة للمبحوثين الذين لا يتتبعون المشكلات.

- بينما ضمت فئة (48-57) سنة قد ضمت 16.67 % من لا يتتبعون المشكلات على اختلاف أنواعها من خلال برامج الإذاعة المحلية و بتكرار (06 حالات من أصل 36 حالة)، مقابل نسبة 12.25 % و بتكرار (25 حالة من مجموع الحالات البالغ عدها 204 حالة) بالنسبة للذين يهتمون و يتابعون المشكلات من خلال واجهة الإذاعة المحلية.

- وفي الأخير نجد فئة أكبر من (58) سنة: و التي احتوت على غالبية تتابع عن كثب الساحة الاجتماعية بمختلف مشاكلها و بنسبة 11.27 % و بتكرار (23 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 204 حالة)، مقابل أقلية بلغت نسبتها 5.56 % و بتكرار حالتين من أصل (36) حالة.

و يمكن في نهاية المطاف أن نستنتج منطلقين تحليليين من خلال العلاقة بين هذين المتغيرين هما:

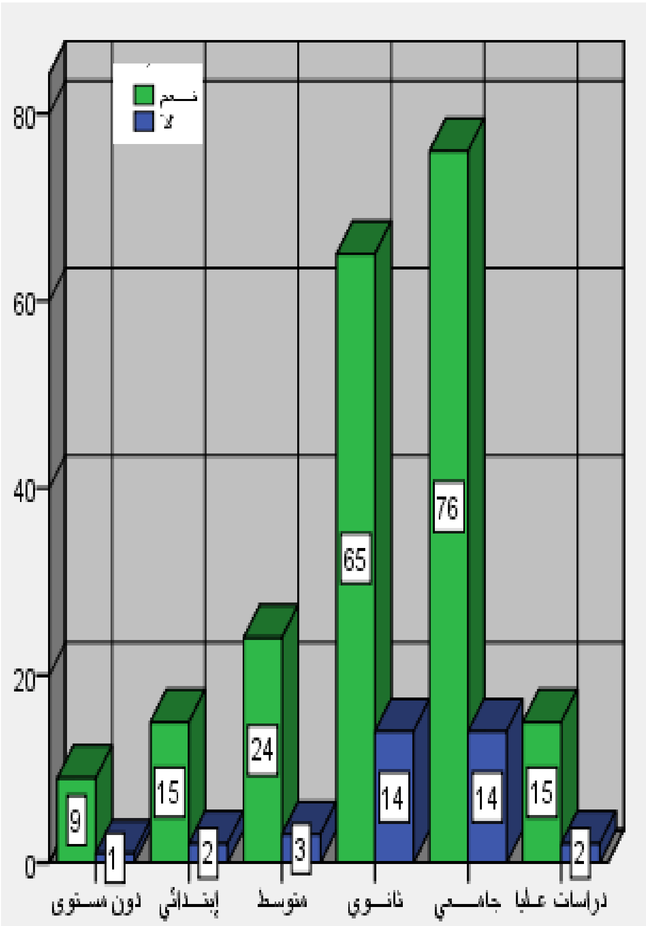
- تحليل الجدول من منطلق الفئة العمرية ككل مع الأخذ بعين الاعتبار الاحتمالين بالإجابة (نعم، لا) ، حيث نجد أن الفئة الأكثر اهتماما بالمشكلات المطروحة و قضايا الساعة هي الفئة العمرية (38-47) سنة و فئة أكبر من (58) سنة، و يعد هذا معقول جدا على اعتبار أن الفئة الأولى تعبر عن مرحلة النضج في التفكير و التعاطي مع المشكلات، أما الفئة الثانية فلها من التجربة و الحنكة الاجتماعية ما يسمح لها بترصد و عرض مختلف الانشغالات سواء المحلية أو الوطنية وحتى الدولية.

أما إذا نظرنا و حللنا معطيات الجدول من منطلق احتمال الإجابة بـــ (نعم) فقط، فنجد أن درجة الاهتمام تتضاءل بشكل ملفت للانتباه من فئة السن الأصغر إلى فئة السن الأكبر، و كذلك يبدو هذا منطقيا جدا بحيث أن فئة الشباب تكون أكثر توقا إلى التعبير المتزايد و إلى طرح و مناقشة مشاكل مجتمعها بغية إيجاد رؤيا واضحة و سليمة تؤمن لها مستقبلها و هذا ما لمسناه في عينة البحث خاصة عند فئة (18-27) و (28-37) سنة.

بينما تتناقص حدة الاهتمام و درجة التتبع مقارنة بالسن بالنظر إلى ابتعاد شرائح مثل أكبر من (58) سنة عن دائرة الحياة الاجتماعية و لو نسبيا بمختلف أبعادها السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية، فشريحة (48-57) سنة أو أكثر نجدها قد أنهت فترة البناء الاجتماعي و تفكر ربما في مرحلة أخرى هي الاستقرار الاجتماعي. في الأخير نستخلص أن كل الشرائح العمرية لها درجة معينة من الاهتمام بالمشاكل تتماشى مع خصائصها العمرية و قدراتها الاستعابية للمشاكل إذ لا تكاد أي فئة تخلو من هذه الخاصية.

الجدول رقم (44) : العلاقة بين متغير التحصيل العلمي لعينة البحث و درجة الاهتمام بالمشكلات.

المستوى \ الاحتمال		نـعم	لا	المجموع
دون مســتوى	التكرار	9	1	10
	النسبة (%)	4,41	2,78	4,17
إبتــدائي	التكرار	15	2	17
	النسبة (%)	7,35	5,56	7,08
متوسـط	التكرار	24	3	27
	النسبة (%)	11,76	8,33	11,25
ثانــوي	التكرار	65	14	79
	النسبة (%)	31,86	38,89	32,92
جامــعي	التكرار	76	14	90
	النسبة (%)	37,25	38,89	37,50
دراسات عــليا	التكرار	15	2	17
	النسبة (%)	7,35	5,56	7,08
المجموع	التكرار	204	36	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (51)
العلاقة بين متغير التحصيل العلمي و درجة تتبع المشكلات من خلال الإذاعة.

لقد أثبتت الإحصائيات البيانية المتعلقة بهذا الجدول الذي يوضح العلاقة بين التحصيل العلمي لأفراد عينة البحث و درجة الاهتمام بالمشكلات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية، أن هناك تباينا واضحا في النسب معبر عنه كمايلي:

-بالنسبة لفئة "دون المستوى": كانت نسبة 4.41 % من المبحوثين و بتكرار (9 حالات من أصل 204 حالة) يتتبعون من خلال الإذاعة المحلية طرح و عرض و مناقشة مختلف المشكلات في مقابل ذلك نجد نسبة 2.78 % من المبحوثين لا يولون اهتماما لهذا النوع من المعالجة أي بتكرار حالة واحدة (01) من أصل (36) حالة.

–فيما يخص فئة "المستوى الابتدائي": أقرت الشواهد الكمية بأن نسبة الذين يتابعون المشكلات أكثر من الذين لا يتابعون، حيث بلغت نسبة الأولى 7.35 % و بمعدل تكرار (15) حالة من إجمالي الحالات (204) حالة ، بينما بلغت نسبة الثانية 5.56 % و بتكرار حالتين (02) من أصل (36)حالة.

– فئة "المستوى المتوسط": فقد أفرزت نسبة الذين يتابعون في المرتبة الأولى نسبة 11.76 % مقابل نسبة 8.33 % ممن لا يولون اهتماما للمشكلات المطروحة من خلال الإذاعة المحلية. (الأولى قدر تكرارها 24 حالة من أصل 204 حالة، بينما الثانية 3 حالات من أصل 36 حالة).

– رجحت الكفة لصالح الذين لا يتابعون المشكلات بالنسبة لفئة "المستوى الثانوي" و كانت نسبتهم معتبرة 38.89 % و بتكرار (14 حالة من أصل 36 حالة)، مقابل نسبة 31.86 % و بتكرار (65 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 204 حالة) بالنسبة للذين يهتمون بمتابعة المشكلات بمختلف أبعادها.

– تساوت بالتقريب النسبتين في فئة" المستوى الجامعي"، حيث بلغت نسبة الذين لا يتابعون 38.89 % و بتكرار (14 حالة من أصل 36 حالة)،بينما قدرت بالنسبة للذين يولون اهتماما بالمشكلات 37.25 % و بتكرار (76 حالة من أصل 204 حالة).

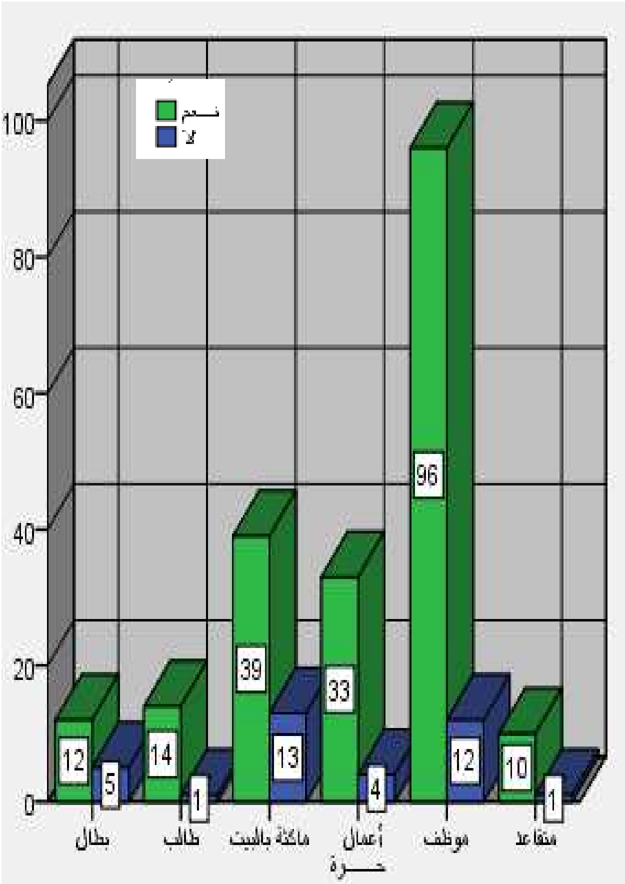
– أخيرا كان المبحوثون الذين يتابعون مختلف المشكلات و يشاركون فيها أكبر من المبحوثين الذين يتبنون موقفا خاملا و سلبيا في المتابعة والمشاركة، حيث قدرت نسبة المشاركون في طرح و مناقشة المشكلات 7.35 % أي بتكرار (15 حالة من أصل 204 حالة)، مقابل حالتين من أصل (36) حالة و بنسبة 5.56 % بالنسبة للذين لا يشاركون في طرح و مناقشة المشكلات.

على ضوء هذه المعطيات الميدانية نلاحظ أن ذوي المستوى المنخفض أو المتدني (دون المستوى، ابتدائي) و ذوي المستوى العالي (الدراسات العليا) هم أكثر المبحوثين مشاركة و فعالية في طرح وعرض و مناقشة و تتبع المشكلات بكل أبعادها في الإذاعة المحلية من خلال برامجها، بينما ذوي المستوى الثانوي و الجامعي هم أكثر الفئات سلبية في التعاطي مع مشكلات المجتمع.هذا يقودنا إلى دحض الفكرة القائلة بأن مستوى التحصيل العلمي يعطي أفضلية في التعامل مع معطيات و مشكلات الواقع المجتمعي من خلال وسائل الاعلام خاصة المحلية منها حال دراستنا بدليل أن الدراسة الميدانية أثبتت أن نسبة ذوي المستوى الابتدائي تساوي نسبة مستوى الدراسات العليا فيما يخص درجة الاهتمام بتتبع المشكلات بمختلف أبعادها.

أما إذا ناقشنا نتائج الجدول رقم (44) من حيث درجة الاهتمام فقط أي شق الإجابة بـــ (نعم) و ربطناه بالتحصيل العلمي، لوجدنا أنه كلما تدرجنا في المستوى العلمي نحو الأعلى كلما كان هناك اهتمام و تزايد في درجة التتبع للمشكلات بكل أبعادها وخلفياتها (أنظر النسب الأربعة الأولى في خانة نعم).

الجدول رقم (45) : العلاقة بين متغير المهنة و درجة متابعة المشكلات بالنسبة لعينة البحث.

المهنة / الاحتمال		نعم	لا	المجموع
بطال	التكرار	12	5	17
	النسبة (%)	5,88	13,89	7,08
طالب	التكرار	14	1	15
	النسبة (%)	6,86	2,78	6,25
ماكثة بالبيت	التكرار	39	13	52
	النسبة (%)	19,12	36,11	21,67
أعمال حــــرة	التكرار	33	4	37
	النسبة (%)	16,18	11,11	15,42
موظف	التكرار	96	12	108
	النسبة (%)	47,06	33,33	45
متقاعد	التكرار	10	1	11
	النسبة (%)	4,90	2,78	4,58
المجموع	التكرار	204	36	240
	النسبة (%)	100	100	100



الشكل (52)
العلاقة بين متغير المهنة و درجة تتبع المشكلات من خلال الإذاعة.

أكدت الشواهد الإحصائية مايلي:

- بالنسبة لفئة البطالين: كانت نسبة الذين لا يهتمون بمتابعة المشكلات تقدر بـــ13.89 % و بتكرار (5 حالات من أصل 36 حالة)، مقابل نسبة 5.88 % من يتابعون المشكلات و بتكرار (12 حالة من أصل 204 حالة).

-بالنسبة لفئة الطلاب: بلغت نسبة الذين يولون اهتماما 6.86 % بتكرار (14 حالة من أصل 204 حالة)، مقابل نسبة 2.78 % للذين لا يولون اهتماما للمشكلات و بتكرار حالة واحدة من أصل 36 حالة.

-أما بالنسبة لفئة الماكثات في البيت: فقد عبرت نسبة 36.11 % من المبحوثات عن عدم تتبعهن لمختلف المشكلات و بتكرار (13 حالة من أصل 36 حالة)، مقابل نسبة 19.12 % من المبحوثات اللاتي تشاركن في المتابعة و النقاش و بتكرار (39 حالة من أصل 204 حالة).

-فيما يخص فئة الأعمال الحرة: فكانت نسبة 16.18 % من نصيب الذين لهم اهتمام بمعالجة المشكلات و بتكرار (33 حالة من أصل 204 حالة)، مقابل 11.11 % من الذين ليس لديهم اهتمام بمتابعة المشكلات بمختلف أنواعها و مستوياتها، و بتكرار (4 حالات من أصل 36 حالة).

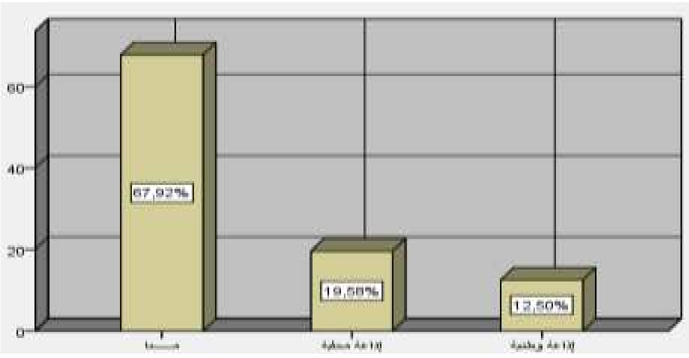
-أما فيما يخص فئة الموظفين: فقد دلت الشواهد الإحصائية على أن نسبة 47.06 % يتابعون هذا الجانب و بتكرار (96 حالة من إجمالي الحالات البالغ عددها 204 حالة)، مقابل نسبة 33.33 % ممن لا يتابعون هذا الجانب و بتكرار (12 حالة من إجمالي الحالات البالغ عددها 36 حالة).

-و في الأخير بالنسبة لفئة المتقاعدين: و التي عبرت فيها نسبة 4.90 % و بتكرار (10حالات من أصل 204 حالة) عن مشاركتها الايجابية في متابعة و عرض و مناقشة المشكلات من خلال الإذاعة المحلية، بينما عبرت نسبة 2.78 % عن عدم مشاركتها في هذه المتابعة و بتكرار حالة واحدة من أصل (36)حالة.

و بناء على هذه المعطيات الميدانية فإن درجة الاهتمام بالقضايا و المشكلات تباينت بين مختلف الفئات المهنية، بحيث أن كل فئة لها درجة معينة من الاهتمام تنبع من طبيعتها المهنية و موقعها الوظيفي في المجتمع. تبدأ بأقل نسبة عند فئة المتقاعدين بـــ4.90 % و تنتهي عند نسبة 47.06 % عند فئة الموظفين، يبدو هذا منطقيا حيث نجد أن شريحة المتقاعدين (بالرغم من انشغالهم النسبي) قد أنهت تطبيقيا عطاءها الاجتماعي و المهني، بينما شريحة الموظفين فتعد الدعم و الركيزة الأساسية لأي مجتمع وأي دولة و بالتالي تكون من المفترض حاضرة في جميع الإنشغالات المجتمعية.

الجدول رقم (46) : أولوية الصلاحية في معالجة المشكلات الاجتماعية،السياسية و الاقتصادية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
إذاعة محلية	47	19,58
إذاعة وطنية	30	12,50
معا	163	67,92
المجموع	240	100



الشكل (53)

يوضح أولوية الصلاحية فى معالجة المشكلات

من خلال بيانات الجدول رقم (46) سجلنا نسبة 67.92 % من إجمالي أفراد عينة البحث يقرون بأن أولوية الصلاحية في معالجة المشكلات سواء أكانت اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية تكون للإذاعتين معا بشقيها (الوطنية المركزية و المحلية الجهوية)، أي أن الحل والبحث في الأسباب يكون بالاشتراك بينهما.

بينما ترى نسبة 19.58 % أن الإذاعة المحلية لها أولوية المعالجة على الاذاعة الوطنية وهذا لما لها من مزايا كالقرب من المشكلة و سرعة الاتصال بالأطراف المعنية و تنفيذ الحلول الناجعة في أقصر الآجال على غرار الإذاعة المركزية التي تسير عادة عن طريق شبكة معقدة من القوانين البيروقراطية التي تؤثر بالسلب على أدائها المهني و مستواها الخدمي، زيادة على أنها تعاني من المركزية الشديدة في إتخاذ القرارات مما يؤثر سلبا في تناول الأحداث المختلفة.

و في الأخير تشكل نسبة 12.50 % الفئة التي تعتقد في أن المعالجة من صلاحيات الاذاعة الوطنية وحدها نظرا لفعاليتها و قوتها في الوصول إلى كل أطراف المجتمع وتوفرها على الإمكانات اللازمة لمواجهة كل الازمات وكذا الخروج منها، فهي في اعتقادهم تستطيع الوصول إلى مختلف فئات المجتمع بمختلف تناقضاته كما تساهم في تحقيق التماسك بمفهومه الاجتماعي و السياسي، زيادة على مشاركتها تبني القضايا الوطنية ، و خطط التنميةالشاملة للبلاد.

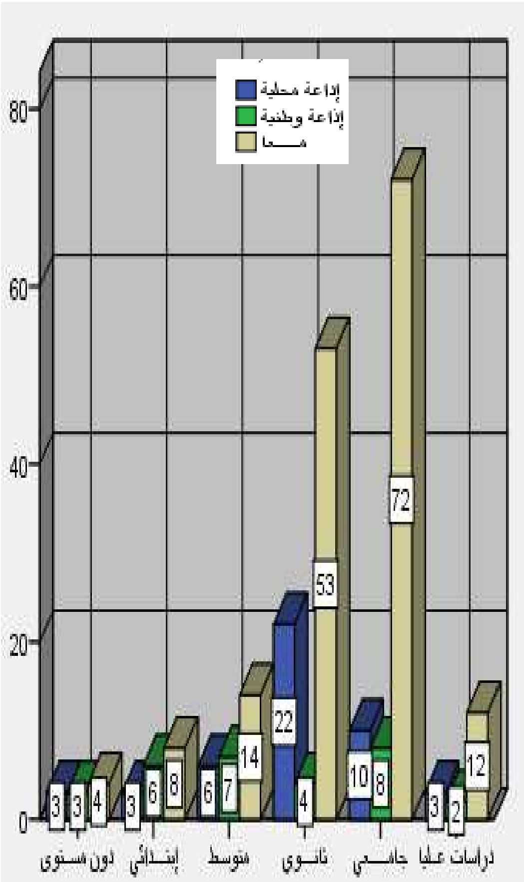
و يمكن الإشارة هنا إلى نقطتين على غاية من الأهمية:

– عدم الثقة كليا في الاذاعة المحلية، بحيث أن المبحوثين لا يتصورون في الكثير من الأحيان إمكانية أدائها لوظائف عديدة دون المساندة و التوجيه من الاذاعة المركزية.

– بداية تصور المواطنين و تفطنهم للامركزية المشاكل و خصوصيتها.

الجدول رقم(47) : العلاقة بين متغير التحصيل العلمي و متغير أولوية الصلاحية في معالجة المشكلات.

المستوى	الاحتمالات	إداعة محلية	إذاعة وطنية	مـــــعا	المجموع
دون مســـتوى	التكرار	3	3	4	10
	النسبة (%)	6,38	10	2,45	4,17
إبتـــدائي	التكرار	3	6	8	17
	النسبة (%)	6,38	20	4,91	7,08
متوســـط	التكرار	6	7	14	27
	النسبة (%)	12,77	23,33	8,59	11,25
ثانـــوي	التكرار	22	4	53	79
	النسبة (%)	46,81	13,33	32,52	32,92
جامـــعي	التكرار	10	8	72	90
	النسبة (%)	21,28	26,67	44,17	37,50
دراسات عـــليا	التكرار	3	2	12	17
	النسبة (%)	6,38	6,67	7,36	7,08
المجموع	التكرار	47	30	163	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (54)
العلاقة بين متغير التحصيل العلمي و متغير أولوية الصلاحية في معالجة المشكلات.

في نفس السياق يوضح الجدول رقم (47) العلاقة بين متغير التحصيل العلمي و متغير أولوية الصلاحية في معالجة المشكلات، حيث بينت الشواهد الكمية المستقاة من الميدان أن فئة "دون المستوى"، تعتقد بأن الإذاعة الوطنية وحدها كفيلة و لها الصلاحية في معالجة المشكلات بنسبة 10 % أي بتكرار (3 حالات من أصل 30 حالة)، مقابل 6.38 % و بتكرار (3 حالات من أصل 47 حالة) بالنسبة للإذاعة المحلية، بينما يعتقد جزء من العينة بأن الرؤيا فيما يخص أولوية الصلاحية في معالجة المشكلات يجب أن مشتركة بينهما وذلك بنسبة 2.45 % أي بتكرار (4حالات من أصل 163 حالة).

أما فئة "المستوى الابتدائي: فأكدت بأن معالجة المشكلات من صلاحية الإذاعة الوطنية بنسبة 20 % أي بتكرار (6 حالات من أصل 30 حالة)، و كانت نسبة المبحوثين الذين وضعوا الثقة في الإذاعة المحلية لمعالجة المشكلات 6.38 % أي بتكرار (3 حالات من مجموع 47 حالة)، واحتلت الشريحة التي ترى بأن صلاحية معالجة المشكلات تكون مشتركة في المركز الثالث بنسبة 4.91 % أي بتكرار (8 حالات من مجمع 163 حالة).

فيما يخص فئة "المستوى المتوسط": فقد أعطت ثقتها كذلك في الإذاعة الوطنية بنسبة 23.33 % أي بتكرار (7 حالات من أصل 30 حالة)، مقابل نسبة 12.77 % للإذاعة المحلية و بتكرار (6 حالات من مجموع الحالات البالغ عددها 47 حالة)، و في الأخير يرى التوفيقيون بأن المعالجة تكون مشتركة بنسبة 8.59 % أي بتكرار (14 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 163 حالة).

بينما تشير الشواهد الإحصائية في فئة المستوى الثانوي، إلى أن الإذاعة المحلية قد انتزعت صلاحية معالجة المشكلات بنسبة معتبرة جدا قدرت بـــ46.81 % أي بتكرار (22 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 47 حالة)، تليها نسبة 32.52 % أي بتكرار (53 حالة من أصل 163 حالة) تخص المبحوثين الذين يرون في أن الحل المشترك هو السبيل الوحيد لمعالجة المشكلات. و بذلك احتلت الإذاعة الوطنية في هذه الفئة المركز الثالث بنسبة 13.33 % أي بتكرار (4 حالات من أصل 30 حالة).

و أقرت فئة "المستوى الجامعي"، بأن صلاحية المعالجة تعود للإذاعتين معا بنسبة 44.17 % أي بتكرار(72 حالة من إجمالي 163 حالة)، تليه الإذاعة الوطنية بنسبة 26.67 % أي بتكرار(8 حالات من أصل 30 حالة)، ثم الإذاعة المحلية بنسبة 21.28 % أي بتكرار(10 حالات من أصل 47 حالة).

كما أكدت فئة "مستوى الدراسات العليا" نفس التوجه، حيث أبدت نسبة 7.36 % أي بتكرار(12 حالة من مجموع 163 حالة)، تأييدها للمعالجة المشتركة بين الإذاعتين، فيما تساوت بالتقريب النسبتين المتبقيتين فكانت 6.67 % أي بتكرار (حالتين من أصل 30 حالة) بالنسبة للإذاعة الوطنية، و 6.38 % أي بتكرار(3حالات من أصل 47 حالة) بالنسبة للإذاعة المحلية.

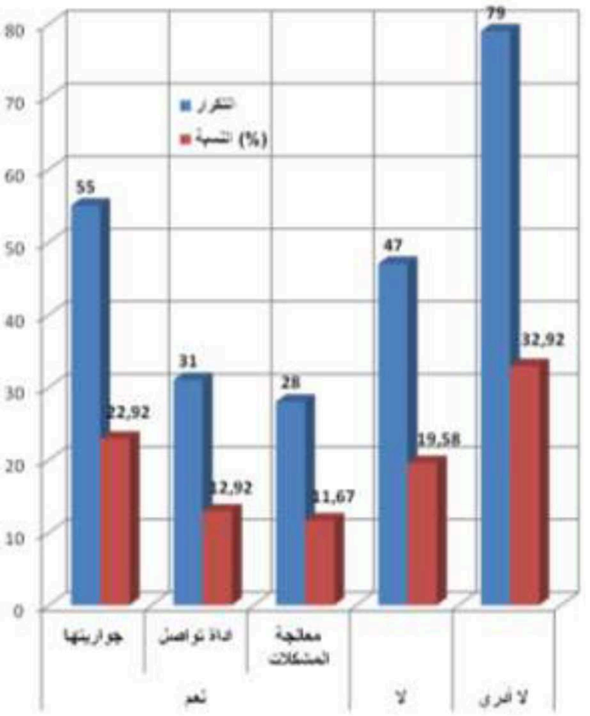
إن هذا الجدول يوضح لنا بدقة تباين التصور لمفهوم التكامل بين المحلي (الجهوي) و الوطني(المركزي) من قبل أفراد عينة البحث على اختلاف مستوياتهم التعليمية، حيث نجد ثلاث فئات تعليمية تقر بأن أولوية المعالجة يجب أن تكون مشتركة و الحل يكمن في التكامل الوظيفي في العمل بين هذين النوعين من الإعلام الإذاعي، وهذه الفئات التعليمية هي كالآتي: فئة المستوى الجامعي، فئة المستوى الثانوي و فئة مستوى الدراسات العليا.

إن هذه الحقيقة الميدانية تضم في طياتها دلالة سوسيولوجية مهمة مفادها ، وهي أن الإذاعات المحلية و الإذاعات المركزية (الوطنية) يجب أن تعمل في تكامل وظيفي و ليس في تنافس و صراع من أجل إعطاء فاعلية ونجاعة أكبر في معالجة المشكلات وكذا التعبير عن الإنشغالات الحقيقية للمجتمع المحلي.

أما فئة "المستوى الابتدائي" و فئة "المستوى المتوسط" و "دون المستوى"، فهي لازلت تتصور بأن صلاحية معالجة المشكلات يقتصر فقط على المركز (الإذاعة الوطنية) و ربما هي نظرة لها مبرراتها في المجتمع الجزائري على اعتبار فترة المركزية الشديدة التي مرت بها البلاد منذ الاستقلال و التي لازلت تعاني من آثارها إلى يومنا هذا. و لكن انطلاقا من المعطيات الإقليمية و العالمية أصبحنا لا نشك البتة في دور و ضرورة وجود الإذاعة المحلية كجهاز ووسيلة إعلامية تحقق المرافقة الجوارية في المجتمع المحلي و تساعد في حل المشكلات بمختلف أبعادها.

الجدول رقم (48) : اللجوء الى الاذاعة المحلية ومدى التحكم في المشكلات.

الاحتمالات		التكرار	النسبة (%)
نعم	جواريتها	55	22,92
	اداة تواصل بين القمة والقاعدة	31	12,92
	السرعة في معالجة المشكلات	28	11,67
	المجموع الجزئي	114	47,50
لا		47	19,58
لا أدري		79	32,92
المجموع		**240**	**100**



الشكل (55)
اللجوء الى الاذاعة المحلية ومدى التحكم في المشكلات.

لقد دلت البيانات الإحصائية فيما يخص الجدول رقم (48) بأن نسبة 47.50 % من إجمالي العينة تعتقد بأن للإذاعة المحلية دورا في التحكم في معالجة المشكلات بمختلف أنواعها (التحكم بالزيادة أو النقصان)، أي بتكرار (114) حالة من أصل (240) حالة، فيما نفت نسبة 19.58 % من مجتمع البحث أن يكون للإذاعة المحلية دورا في هذا الشأن، بينما فضلت نسبة 32.92 % من أفراد عينة البحث التحفظ على رأيها و أجابت بعبارة "لا أدري" و التي يمكن اعتبارها ذات دلالة سوسيولوجية مهمة في التحليل، فبالرغم من أن 47.50 % من إجمالي العينة منحوا دورا للإذاعة المحلية في التحكم في المشكلات إلا أن الشرعية الإعلامية – في الجزائر– لم تكتمل بعد لاعتقاد الكثير في أن التحكم في المشكلات يتوقف على مؤسسات أخرى كالمؤسسة السياسية، المؤسسة القضائية، الأمنية و غيرها من المؤسسات المسيطرة على دواليب السلطة في العالم الثالث و العالم العربي بصفة خاصة.

أما المتصفح لشق الإجابة بـــ (نعم) أي بالنسبة للمبحوثين الذين أكدوا بأن للإذاعة المحلية دورا في التحكم

في المشكلات ، فقد قدموا أسبابا حاولوا من خلالها منح الشرعية الإعلامية لسبب هذا التحكم و تباينت هذه الأسباب كمايلي:

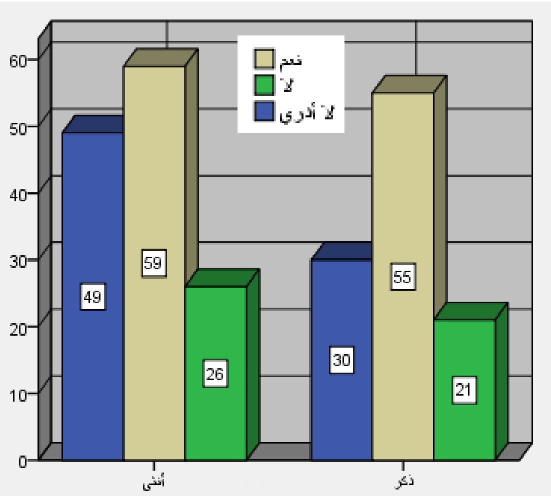
-أكدت نسبة 22.92 % أي بمعدل تكرار (55 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 114 حالة).بأن أهم سبب يجعل المجتمع يعطي حق التحكم للإذاعة المحلية في حل المشكلات نابع أساسا من جوارية و قرب المؤسسة الإذاعية المحلية للمواطن و بالتالي فان درجة تشخيص و تقيم المشكلات تكون أنجع و أدق.

-فيما أجمع 12.92 % و بمعدل تكرار (31 حالة من مجموع الحلات البالغ عددها 114 حالة) على أن هذا التحكم ينبع من أن الإذاعة المحلية تعتبر أداة تواصل بين القمة و القاعدة و المتمثلة جوهريا في العلاقة المحورية بين الإدارة و المواطن، من خلال هذا السبب نلمس أن هذه الوسيلة تعد بامتياز أحسن طريقة لإيصال انشغالات و مشاكل المواطنين إلى أعلى هرم السلطة.

أما السبب الأخير الذي ورد على لسان المبحوثين، فهو يكمن في سرعة معالجة المشكلات بمختلف أبعادها، و هذا ما أقرته نسبة 11.67 % و بتكرار (28 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 114 حالة) و يقصد هنا بسرعة المعالجة هو أن الانشغال مهما كان نوع الإنشغال فبمجرد كشفه و تقييم حجمه تقوم الجهات المكلفة و المخولة قانون بدراسته و تعكف على حله، فالفرد يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر لتحقيق أهدافه كمواطن من حقه أن يتفاعل مع المشكلات الاقتصادية و يتخذ قراراته بناء على المعلومات التي تصله.

الجدول رقم (49) : العلاقة بين متغير الجنس للعينة و دور الإذاعة في التحكم في المشكلات.

الجنس / الاحتمال		نعم	لا	لا أدري	المجموع
أنثى	التكرار	59	26	49	134
	النسبة (%)	51,75	55,32	62,03	55,83
ذكر	التكرار	55	21	30	106
	النسبة (%)	48,25	44,68	37,97	44,17
المجموع	التكرار	114	47	79	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (56)

العلاقة بين متغير الجنس و دور الإذاعة في التحكم في المشكلات.

تثبت الإحصائيات البيانية المتعلقة بالجدول رقم (49) الذي يوضح العلاقة بين متغير الجنس لأفراد العينة و متغير دور الإذاعة في التحكم في المشكلات، أنه:

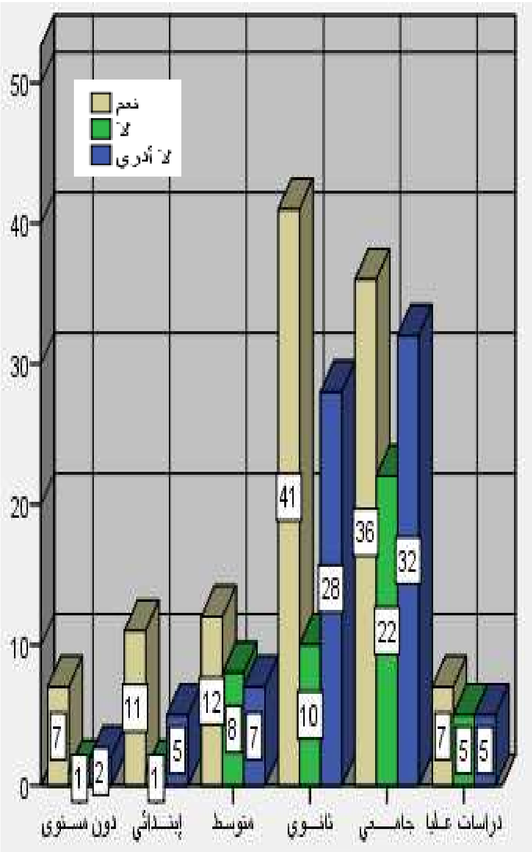
– بالنسبة لفئة الإناث: كان التردد هو السمة الغالبة بنسبة 62.03 % و بتكرار (49 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 79 حالة)، تليه نسبة المبحوثات اللائي نفين دور الإذاعة في حل المشكلات بنسبة 55.32 % و بتكرار (26 حالة من أصل 47 حالة)، ثم المجيبات بـــ (نعم) لدور اللاذعة المحلية في حل المشكلات بنسبة 51.75 % و بتكرار (59 حالة من أصل 114 حالة).

– بالنسبة لفئة الذكور: كانت الثقة أكبر في دور الإذاعة في حل المشكلات، حيث أعربت نسبة 48.25 % عن تأييدها لهذا الدور و بتكرار (55 حالة من أصل 114 حالة)، بينما عارضت (21) حالة من أصل (47) حالة و بنسبة 44.68 % هذا الدور، و ترددت ما نسبته 37.97 % و بتكرار (30 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 79 حالة)

و لكن بمقارنة الجنسين (مثل ما يوضحه الشكل البياني رقم 56) نلاحظ أن نسبة الإناث هي الأكثر ثقة في إمكانيات و دور الإذاعة المحلية في حل المشكلات (51.75 % مقابل 48.25 %)، بينما التردد و النفي كان أقل منه عند الذكور.

الجدول رقم (50) : العلاقة بين مستوى التحصيل العلمي و دور الإذاعة المحلية في التحكم في المشكلات

المستوى / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
دون مستوى	التكرار	7	1	2	10
	النسبة (%)	6,14	2,13	2,53	4,17
إبتدائي	التكرار	11	1	5	17
	النسبة (%)	9,65	2,13	6,33	7,08
متوسط	التكرار	12	8	7	27
	النسبة (%)	10,53	17,02	8,86	11,25
ثانوي	التكرار	41	10	28	79
	النسبة (%)	35,96	21,28	35,44	32,92
جامعي	التكرار	36	22	32	90
	النسبة (%)	31,58	46,81	40,51	37,50
دراسات عليا	التكرار	7	5	5	17
	النسبة (%)	6,14	10,64	6,33	7,08
المجموع	التكرار	114	47	79	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (57)

العلاقة بين متغير مستوى التحصيل العلمي و دور الإذاعة في التحكم في المشكلات.

دلت البيانات الإحصائية فيما يخص الجدول رقم (50) و الذي يبرز العلاقة بين مستوى التحصيل العلمي و دور الإذاعة المحلية في التحكم في المشكلات على أن الرؤيا كانت متجانسة بالنسبة للفئات التعليمية التالية:

– بالنسبة لفئة "دون المستوى": كانت الإجابة الغالبة بالنسبة لدور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات هي (نعم) بنسبة 6.14 % أي بتكرار(7 حالات من مجموع 114 حالة)، تليها الإجابة المترددة بنسبة 2.53 % أي بتكرار(حالتين من أصل 79 حالة)، ثم الإجابة النافية بنسبة 2.13 % و بتكرار(حالة واحدة من مجموع 47 حالة).

– أما فئة "المستوى الابتدائي": فقد أكدت على دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات بنسبة 9.65 % أي بتكرار(11 حالة من أصل 114 حالة)، و أجاب جزء من هذه الفئة بعبارة (لا أدري) و كانت نسبتهم 6.33 % أي بتكرار(5 حالات من مجموع الحالات البالغ عددها 79 حالة). أما الجزء الأخير في هذه الفئة فقد نفى تماما بأن يكون للإذاعة المحلية دورا في معالجة المشكلات و كانت نسبتهم ضئيلة قدرت

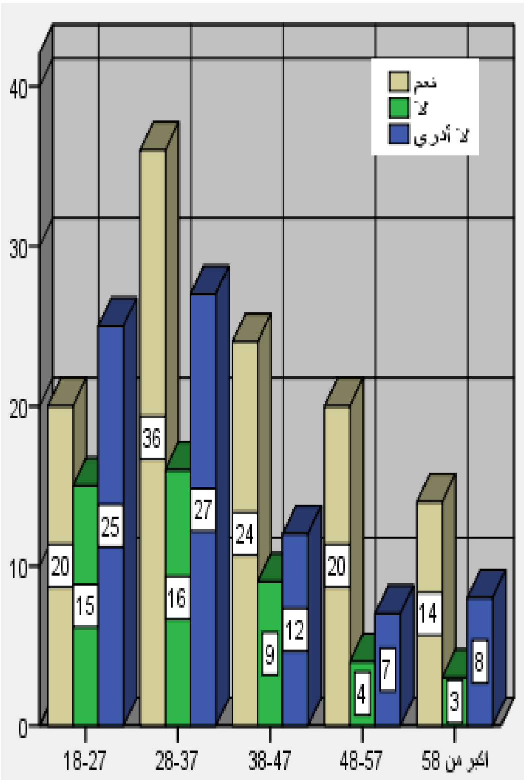
بـــ2.13 % أي بتكرار(حالة واحدة من مجموع 47 حالة).
– فيما يخص فئة "المستوى المتوسط": فقد كانت الغالبية فيها نافية لدور الإذاعة المحلية في حل المشكلات، حيث أكدت نسبة 17.02 % على ذلك و بتكرار(8 حالات من مجموع 47 حالة)، ثم أجابت شريحة أخرى بالتأكيد على هذا الدور بنسبة 10.53 % أي بتكرار(12 حالة من أصل 114 حالة)، كما ترددت نسبة 8.86 % في هذه الشريحة على دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات (7 حالات من مجموع 79 حالة).
– بينما سجلت فئة "المستوى الثانوي"، تأكيدا ملحوظا على دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات و بلغت النسبة 35.96 % أي بتكرار(41 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 114 حالة)، تلتها شريحة المترددين بنسبة 35.44 % أي بتكرار(28 حالة من أصل 79 حالة)، ثم الشريحة التي نفت تماما دور الإذاعة المحلية في حل المشكلات بنسبة 21.28 % أي بتكرار(10 حالات من مجموع 47 حالة).
– أما فئة "المستوى الجامعي": فقد سجلت نسبة قوية في النفي حيث بلغت 46.81 % (حوالي نصف هذه الشريحة أي بتكرار 22 حالة من أصل 47 حالة)، تبعتها نسبة 40.51 % عبرت عن الأفراد المترددين فيما يخص دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات أي بتكرار(32 حالة من مجموع 79 حالة)، و أخيرا جاءت شريحة المؤيدين لهذا الدور بنسبة 31.58 % أي بتكرار(36 حالة من إجمالي 114 حالة).
– و أخيرا فئة "مستوى الدراسات العليا": و التي بدورها حافظت على الترتيب السابق (نفي، تردد، تأكيد)، فقدرت نسبة النافين من أفراد هذه الشريحة بـــ10.64 % أي بتكرر(5 حالات من بين 47 حالة)، أما نسبة المترددين فبلغت 6.33 % أي بتكرار(5 حالات من أصل 79 حالة)، بينما بلغت نسبت الذين أكدوا على هذا الدور 6.14 % أي بتكرار(7 حالات من أصل 114 حالة).

و عليه يمكن القول أن أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي المرتفع (عدا فئة المستوى المتوسط) ليست مقتنعة بالدور الذي تؤديه الإذاعة المحلية في معالجة المشاكل الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية مقارنة بفئة المستويات التعليمية الدنيا (عدا فئة الثانوي)، و ربما يمكن النظر إلى هذه القضية من جهة المتطلبات و المنتظرات المرجوة من الإذاعة المحلية و علاقتها بالقضايا المطروحة .

ما نستخلصه من هذا الجدول أنه كان هناك اختلاف حول مفهوم دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات بمختلف أبعادها من منطلق المستوى التعليمي، إلا أن هذا الاختلاف كان متجانس ومنظم إلى حد ما ما بين مختلف الفئات التعليمية على النحو التالي:
– هناك تجانس حول المفهوم في فئتي المستوى الابتدائي و دون المستوى و الثانوي، يتمثل في النظرة ذات الاتجاه الايجابي لدور الإذاعة المحلية في حل المشكلات بمختلف أبعادها.
– هناك تجانس حول هذا المفهوم، في فئات المستوى الجامعي ، الدراسات العليا و المتوسط، بحيث أن هذا الاتجاه كان سلبيا تجاه الدور الذي تؤديه الإذاعة المحلية في حل المشكلات.

الجدول رقم (51) : العلاقة بين متغير السن و متغير دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات.

السن	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
27-18	التكرار	20	15	25	60
	النسبة (%)	17,54	31,91	31,65	25
37-28	التكرار	36	16	27	79
	النسبة (%)	31,58	34,04	34,18	32,92
47-38	التكرار	24	9	12	45
	النسبة (%)	21,05	19,15	15,19	18,75
57-48	التكرار	20	4	7	31
	النسبة (%)	17,54	8,51	8,86	12,92
اكبر من 58	التكرار	14	3	8	25
	النسبة (%)	12,28	6,38	10,13	10,42
المجموع	التكرار	114	47	79	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (58)

العلاقة بين متغير السن و دور الإذاعة في التحكم في المشكلات.

من خلال ما توفر لدينا من معطيات إحصائية من خلال الجدول رقم (51) الذي يوضح العلاقة بين متغير السن و متغير دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات يتضح لنا مايلي:

- فئة (18-27) سنة: ترى 31.91 % أي بتكرار(15 حالة من أصل 47 حالة) بأنه ليس للإذاعة المحلية دورا في معالجة المشكلات، و ترددت نسبة 31.65 % أي بمعدل(25 حالة من أصل 79 حالة) حول هذا الدور ، بينما نفت نسبة 17.54 % أي بتكرار(20حالة من أصل 114 حالة) هذا الدور.
- فئة (28-37) سنة: ترددت نسبة 34.18 % أي بتكرار(27 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 79 حالة) حول دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات، بينما أقرت نسبة 34.04 % أي بتكرار(16 حالة من مجموع 47 حالة) بأنه ليس للإذاعة دورا في معالجة مختلف القضايا المجتمعية، في حين أكدت نسبة 31.58 % أي بتكرار(36 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 114 حالة) بأن للإذاعة المحلية دورا في معالجة المشكلات بمختلف أبعادها.

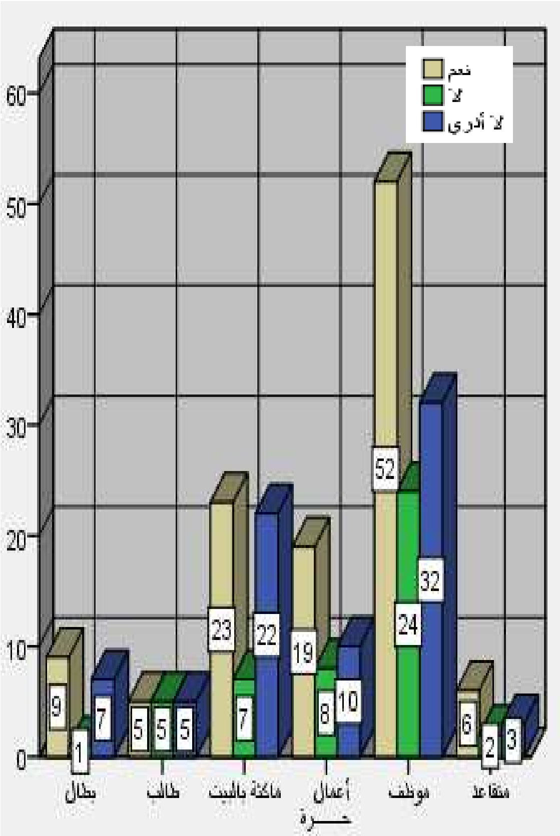
- فئة (38–47) سنة: ترى نسبة 21.05 % أي بتكرار(24 حالة من أصل 114 حالة) بأن للإذاعة المحلية دورا مهما في معالجة و حل المشاكل الاجتماعية و الاقتصادية والسياسية، بينما ترددت نسبة 15.19 % أي بتكرار(12 حالة من مجموع 79 حالة) حول هذا الدور، في حين نفت نسبة 19.15 % أي بتكرار(9 حالات من أصل 47 حالة) هذا الدور.
- فئة (48–57) سنة: أكد جزء معتبر من هذه الشريحة على الدور الفعال للإذاعة المحلية في معالجة المشكلات و بلغت نسبتهم 17.54 % و بتكرار(20 حالة من مجموع 114 حالة)، بينما تردد جزء آخر بلغت نسبته 8.86 % أي بتكرار(7 حالات من 79 حالة) حول هذا الدور، في حين لم تر نسبة 8.51 % أي بتكرار(4 حالات من 47 حالة) أي دور للإذاعة المحلية في مجال معالجة المشكلات.
- فئة أكبر من (58) سنة: يعتقد 12.28 % من المبحوثين من هذه الشريحة و بتكرار (14 حالة من بين 114 حالة) في هذا الدور، بينما ترددت 10.13 % أي (8 حالات من أصل 79 حالة) حول هذا الدور، في حين نفت بنسبة 6.38 % أي بمعدل (3 حالات من أصل 47 حالة) هذا الدور.

و عليه يمكن استنتاج مايلي:

أن نسبة الذين أقروا بأن للإذاعة المحلية دورا في معالجة المشكلات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية كان معتبرا حيث بلغت 47.50 % من إجمالي العينة، تليه نسبة 32.92 % عبرت عن الأفراد المترددين حول إبداء رأي معين في هذا المجال، و هي نسبة معتبرة تبقي الإذاعة المحلية في رحلة بحث عن إقناع هذه الفئة، بينما بلغت نسبة الأفراد الذين ينفون أي دور للإذاعة المحلية 19.58 % من إجمالي العينة.(أنظر الجدول 48)

الجدول رقم (52) : العلاقة بين متغير المهنة و متغير دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات.

المهنة	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
بطال	التكرار	9	1	7	17
	النسبة (%)	7,89	2,13	8,86	7,08
طالب	التكرار	5	5	5	15
	النسبة (%)	4,39	10,64	6,33	6,25
ماكثة بالبيت	التكرار	23	7	22	52
	النسبة (%)	20,18	14,89	27,85	21,67
أعمال حـــرة	التكرار	19	8	10	37
	النسبة (%)	16,67	17,02	12,66	15,42
موظف	التكرار	52	24	32	108
	النسبة (%)	45,61	51,06	40,51	45
متقاعد	التكرار	6	2	3	11
	النسبة (%)	5,26	4,26	3,80	4,58
المجموع	التكرار	114	47	79	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (59)
العلاقة بين متغير المهنة و دور الإذاعة في التحكم في المشكلات.

حسب النسب المسجلة في هذا الجدول الذي يرسم العلاقة بين متغير المهنة و متغير دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات نجد أن:

– فئة البطالين ترددت بنسبة 8.86 % أي بتكرار(7 حالات من أصل 79 حالة)، بينما وافقت نسبة 7.89 % منهم أي بتكرار(9 حالات من أصل 114 حالة) على هذا الدور الايجابي، بينما نفت نسبة 2.13 % أي بتكرار(حالة من أصل 47 حالة) هذا الدور.

– فئة الطلبة نفت في غالبيتها هذا الدور و ذلك بنسبة 10.64 % أي بتكرار(5 حالات من مجموع الحلات البالغ عددها 47 حالة)، فيما ترددت نسبة 6.33 % أي بتكرار (5 حالات من أصل 79حالة) حول هذا الدور و اعتبرت نسبة 4.39 % أي بتكرار(5 حالات من مجموع 114 حالة) هذا الدور ايجابي و فعال.

– ترى فئة الماكثات في البيت، بأن للإذاعة المحلية دورا غامضا و مبهما في معالجة المشكلات بمختلف أبعادها و كانت نسبتهم 27.85 % أي بتكرار(22 حالة من أصل 79 حالة)، و أكدت نسبة 20.18 % أي بتكرار(23 حالة من مجموع 114 حالة) على دور الإذاعة المحلية في هذا المجال، بينما صرحت 14.89 % أي بتكرار(7 حالات من مجموع الحالات البالغ عددها 47 حالة) بالنفي حول دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات.

– فئة الأعمال الحرة: كانت أعلى نسبة مسجلة في خانة النفي بنسبة 17.02 % أي بتكرار(8 حالات من أصل 47 حالة) ، و ترددت نسبة 12.66 % اي بتكرار(10 حالات من أصل 79 حالة) حول هذا الدور. و أكدت نسبة 16.67 % أي بتكرار(19 حالة من مجموع 114 حالة) على الدور الإيجابي للإذاعة المحلية في هذا المجال.

– سجلت فئة الموظفين نسبة قياسية في النفي بلغت 51.06 % أي بتكرار(24 حالة من أصل 47 حالة)، تلتها نسبة المؤيدين لدور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات بنسبة45.61 % أي بتكرار(52 حالة من مجموع 114 حالة)، ثم شريحة المترددين بنسبة 40.51 % أي بتكرار(32 حالة من أصل 79 حالة).

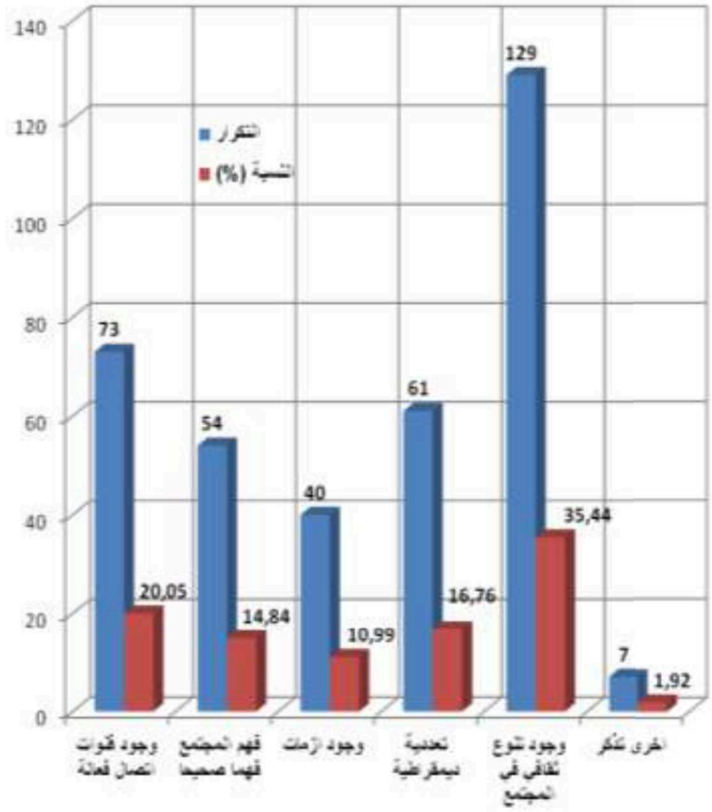
– أكدت نسبة 5.62 % من فئة المتقاعدين أي بتكرار(6 حالات من أصل 114 حالة) على الدور الايجابي و المهم للإذاعة المحلية في معالجة المشكلات، بينما نفت نسبة 4.26 % هذا الدور أي بمعدل تكرار(حالتين من أصل 47 حالة)، فيما ترددت (3)حالات من مجموع (79)حالة أي بنسبة 3.80 % حول هذا الدور.

نلاحظ من خلال القراءة المتمعنة لهذا الجدول بأن هناك تباينا كبيرا حول دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات بالنظر إلى معيار مهنة المبحوثين، حيث نجد أن الفئة الوحيدة التي كانت ترى في غالبيتها بأن للإذاعة المحلية دورا في مجال معالجة المشكلات هي فئة المتقاعدين، بينما فئة الطلاب و الأعمال الحرة و الموظفين ، فغالبيتهم كانوا غير مقتنعين بهذا الدور، لتبقى فئة البطالين و الماكثات في البيت تغلب عليهم سمة التردد، ومرد هذا ربما يرجع إلى أن الإذاعة المحلية لم تلعب الدور المتوقع لها في مجال تشخيص و معالجة المشكلات التخصصية لكل فئة مهنية.

الجدول رقم (53) : الإفرازات التي تترتب عن وجود إذاعة محلية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
وجود قنوات اتصال فعالة	73	20.05
فهم المجتمع فهما صحيحا	54	14.84
وجود ازمات	40	10.99
تعددية ديمقراطية	61	16.76
وجود تنوع ثقافي في المجتمع	129	35.44
اخرى تذكر	7	1.92
المجموع الكلي (*) للاجابات	364	100

(*) يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (60)

الإفرازات التي تترتب عن وجود إذاعة محلية.

فيما يخص أهم المؤشرات الواجب اعتمادها انطلاقا من إجابات المبحوثين، نجد أن نسبة كبيرة أكدت على أن الإذاعة المحلية هي دليل و مؤشر قوي على وجود تنوع ثقافي في المجتمع بنسبة 35.44 % من إجمالي الإجابات عن هذا السؤال، فيما يخص المؤشر الثاني فقد عبر المبحوثون على أن الإذاعة المحلية تعتبر قناة اتصال فعالة مقارنة مع غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى و هذا بنسبة 20.05 %، أما المؤشر الثالث الذي يمكن استخراجه فهو يعتبر وجود الإذاعة المحلية كدليل على التعددية الديمقراطية و أحد أوجه الممارسة الديمقراطية بصفة عامة و هذا بنسبة 16.76 %، بينما المؤشر الرابع فهو يرتبط مباشرة بجوهر العملية الاتصالية، و قد عبرت عنه عينة البحث "بـــفهم المجتمع في الاتجاه الصحيح بمعنى أن تواجد الإذاعة المحلية هو سعي حثيث لمحاولة هندسة مسار المجتمع و تركيباته المختلفة و المتناقضة في الوجهة الصحيحة التي تسمح له بتحقيق التوازن في جميع الاتجاهات، و جاءت هذه النسبة مقدرة بـــ14.84 %، و عبرت نسبة 10.99 % من إجمالي الإجابات عن المؤشر الخامس الذي كان محتواه أن الإذاعة المحلية هي مؤشر و دليل على وجود أزمات بمفهومها الواسع.

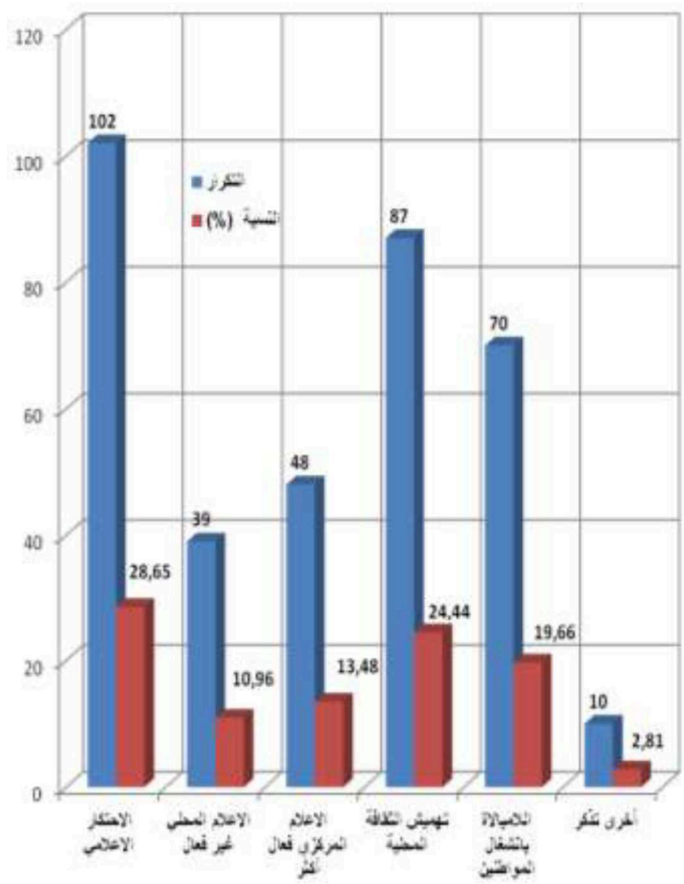
و في الأخير جاء صنف "أخرى تذكر" نسبة 1.92 % من مجموع الإجابات الغير متوقعة و المحتملة من طرف السؤال .

ما يمكن استخلاصه من هذا الجدول أن قراءة عينة البحث لهذا السؤال، كانت واعية على اعتبار المؤشرات المستخرجة التي انطلقت من المعطيات الثقافية (التنوع الثقافي) في المرتبة الأولى إلى معطيات الأزمة في المرتبة الخامسة، بمعنى أن أفراد عينة البحث أكدوا على أن الإعلام المحلي هو دليل على وجود ديناميكية و توازن في الحقل الثقافي داخل المجتمع أكثر منه دليل و مؤشر على وجود أزمة أو أزمات داخل المجتمع، أي أن تواجد الإذاعة المحلية في المجتمع هو دليل صحي بالنسبة للمجتمع.

الجدول رقم (54) : أسباب غياب الاذاعة المحلية قبل1991.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
الاحتكار الاعلامي	102	28.65
الاعلام المحلي غير فعال	39	10.96
الاعلام المركزي فعال أكثر	48	13.48
تهميش الثقافة المحلية	87	24.44
اللامبالاة بانشغال المواطنين	70	19.66
أخرى تذكر	10	2.81
المجموع الكلي (*) للاجابات	356	100

(*)يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (61)
أسباب غياب الاذاعة المحلية قبل1991

يوضح لنا هذا الجدول أن السبب الرئيسي في غياب الإذاعات المحلية عن الحقل الإعلامي قبل سنة 1991 يرجع إلى احتكار وسائل الإعلام من طرف الدولة بالدرجة الأولى و كانت النسبة المعبر عنها تقدر بـــ28.65 % من إجمالي الإجابات المحتملة، بينما عبرت 24.44 % من هذه الإجابات عن سبب مغاير يتمثل في تهميش الثقافة المحلية من طرف مؤسسات الدولة و يبدو أنه سبب وجيه.

فيما أكدت 19.66 % من إجمالي الإجابات أن السبب يكمن في اللامبالاة بانشغال المواطنين و يمكن أن ندخل تحت هذا الإطار ما يصطلح عليه بجوارية و قرب وسائل الإعلام، و هذا العنصر يعد أهم ركيزة في الإعلام المحلي بل هو جوهر العملية الإعلامية.

في حين أقرت نسبة 13.48 % من مجموع الإجابات الكلي، بأن أهم سبب هو أن الإعلام المركزي فعال أكثر و نحن ندرك أن هذا النوع من الإعلام المركزي المخطط ساد في الأنظمة الشمولية وقلدته

دول عديدة تبنته من الناحية النظرية كنظام و فلسفة . ومن المبحوثين من يعتقد بأن هذه الاستراتجية الإعلامية تبقى و لازالت ناجعة.

و في نفس السياق أكدت نسبة 10.96 % بسبب مشابه للسبب السابق و عزت ذلك إلى أن الإعلام المحلي غير فعال، و في الأخير حل كان صنف "أخرى تذكر" و مثلت نسبته 2.81 % من المجموع الكلي للاجابات (356 إجابة).

و عليه بالنظر إلى الأسباب السابقة يمكن استنتاج مايلي:

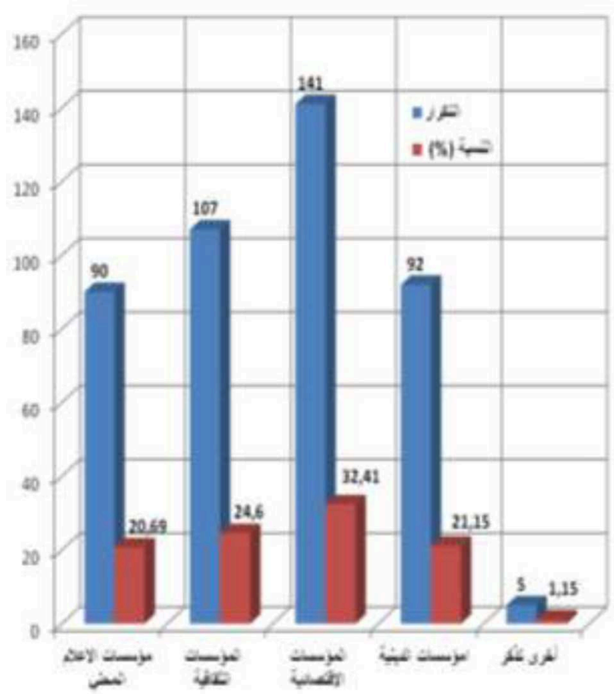
أن ترتيب الأسباب انطلاقا من الاحتكار الإعلامي (السبب الأول) و الانتهاء بسبب "الإعلام المحلي غير فعال"، يبدو ترتيبا منطقيا نظرا للمعطيات التاريخية و السياسية عن الحقل الإعلامي، بحيث أن حقل الإعلام شانه شأن القطاعات الأخرى كان مسيرا بطريقة مركزية و كانت الرقابة مشددة عليه بقوة بدليل عملية التأميم في هذا القطاع سبقت كل القطاعات، ما أنتج ممارسة للاحتكار في هذا المجال.

كذلك من بين الأسباب المهمة و القوية التي تبدو ذات دلالة سوسيولوجية بسبب "اللامبالاة بانشغال المواطنين" حيث أن المواطن كان بعيدا كل البعد عن انشغالات القمة أو الإدارة بصفة عامة و لم يكن عنصرا مهما في المعادلة إلا في المناسبات الانتخابية و السياسية و بالتالي كانت وسائل الإعلام على مختلف أشكالها تتحرك باتجاهه بطريقة تعبيئية تجنيدية عندما يتعلق الأمر برموز الدولة ما يفسر العدائية المعلنة لوسائل الإعلام الرسمية في الجزائر خاصة من طرف الشباب. أما عن سبب "تهميش الثقافة المحلية" فقد اعتبر كذلك من أهم الأسباب التي ساهمت في غياب الإذاعة أو تأخر ظهور الإذاعة المحلية في المجتمع، بحيث أن ظهورها هو في الحقيقة إعلان عن وجود راهن اجتماعي مغاير لما كان متعارف عليه، و هذا ما كانت السلطة لا ترغب فيه على الأقل قبل إقرار دستور 23 فيفري 1989.

الجدول رقم (55) : المؤسسات المرتبطة بنمو المجتمع.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
مؤسسات الاعلام المحلي	90	20.69
المؤسسات الثقافية	107	24.60
المؤسسات الاقتصادية	141	32.41
امؤسسات الدينية	92	21.15
أخرى تذكر	05	1.15
(*) المجموع الكلي للاجابات	435	100

(*) يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (62)

المؤسسات المرتبطة بنمو المجتمع.

من خلال المعطيات الاحصائية البارزة في هذا الجدول يتضح لنا بأن اجابات افراد عينة البحث كانت متباينة فيما يخص المؤسسات المسؤولة على نمو و تطور المجتمع، حيث أن هذا السؤال يسمح لنا بمحاولة تحديد موقع الاعلام المحلي بصفة عامة و الاذاعة المحلية بصفة خاصة من بين المؤسسات المجتمعية الأخرى، و قد اتضح لنا مايلي:

-احتلت الإجابات المرتبطة بالمؤسسة الاقتصادية المرتبة الأولى و هذا بنسبة 32.41 % من المجموع الكلي للإجابات أي أن هناك فئة معتبرة من عينة البحث ترى بأن إمكانية نمو المجتمع مرتبطة مباشرة بالعمل الاقتصادي بالدرجة الأولى.

- فيما احتلت المؤسسة الثقافية المرتبة الثانية بنسبة 24.60 % من المجموع الكلي للإجابات بمعنى أن جزءا من أفراد العينة يعتقدون بأن تطور المجتمع يرجع الى العمل الذي تقوم به المؤسسات الثقافية.

– لقد اقرت نسبة من العينة بأن المؤسسة الدينية هي المسؤولة على تطور و نمو المجتمع في جميع أجزائه واحتلت المرتبة الثالثة من بين الإحتمالات التي أجاب عليها افراد العينة بنسبة 21.15 % من اجمالي الإجابات.

– في حين احتلت مؤسسة الإعلام المحلي المرتبة الرابعة بنسبة 20.69 % من مجموع الاجابات، و هذا يعني أن امكانية نمو المجتمع ترتبط بدرجة أقل بمؤسسات الاعلام المحلي.

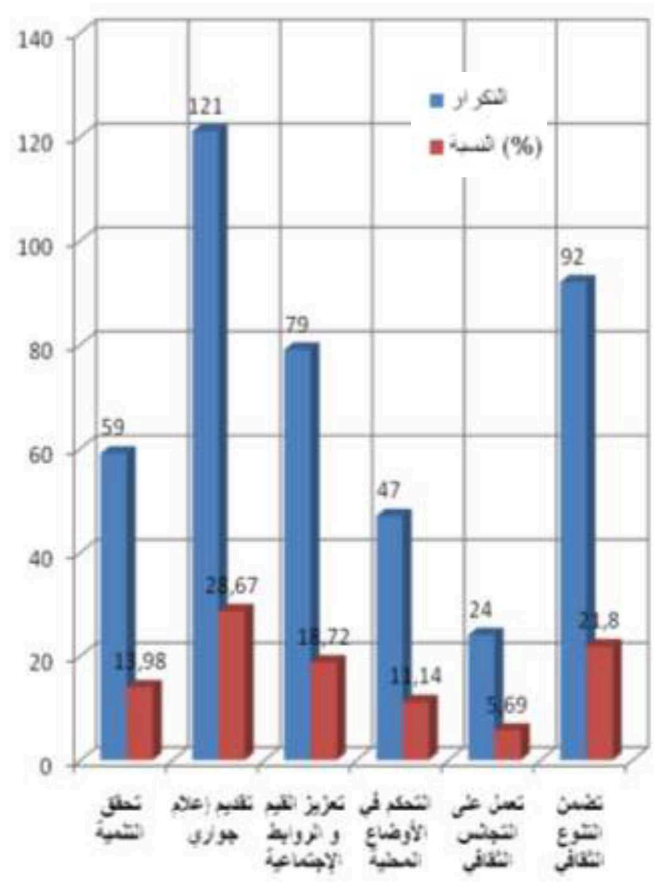
– في الاخير نجد صنف مؤسسات "أخرى تذكر" و التي ترددت اجاباتها بنسبة 1.15 % من إجمالي الإجابات و قد اعطيت فيها الأولوية للمؤسسة السياسية.

مايلفت الإنتباه في هذا الجدول، هو أن أفراد عينة البحث اكدوا فرضية "كارل ماركس" التي تقول:"بأن البناء الفوقي ما هو إلا انعكاس للبناء التحتي". حيث أوضحت الاجابات بأن العامل الاقتصادي هو الذي يحرك المجتمع نحو النمو بالدرجة الاولى، ثم يأتي العامل الثقافي ثم العامل الديني و في الاخير الاعلامي، حيث نلاحظ أن الثلاثة عوامل الاخيرة ما هي الا تعبيرات عن بنى فكرية و بالتالي لو قرنا نمو المجتمع بشدة و قوة هذه العوامل من حيث التأثير لوجدنا أن العامل الاقتصادي هو الاكثر فعالية من غيره (حسب نتائج الدراسة الميدانية).

الجدول رقم (56) : الوظائف الإعلامية التي تؤديها الإذاعة المحلية حسب عينة البحث.

التكرارات / الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
تحقق التنمية	59	13,98
تقديم إعلام جواري	121	28,67
تعزيز القيم و الروابط الاجتماعية	79	18,72
التحكم في الأوضاع المحلية	47	11,14
تعمل على التجانس الثقافي	24	5,69
تضمن التنوع الثقافي	92	21,80
(*) المجموع الكلي للإجابات	422	100

(*)يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (63)

الوظائف الإعلامية التي تؤديها الإذاعة المحلية حسب عينة البحث.

فيما يخص المعالجة الإحصائية للجدول رقم(56) تبين بأن عينة البحث أعطت للإذاعة المحلية وظيفة "تقديم إعلام جواري" بالدرجة الأولى بنسبة 28.67 % من إجمالي الإجابات أي بتكرار (121) إجابة من إجمالي (422) إجابة ، و بالتالي فالإذاعة المحلية مطالبة بتقديم خدمة جواريه قريبة من المجتمع المحلي و إلا فقدت وزنها على اعتبار أن الإعلام المركزي لا يلبي هذه الخاصية التي تبدو جوهرية بالنسبة للاتصال المحلي، ويقصد بالإعلام الجواري تزويد المستمعين بالأخبار التي تهمهم و التي تخص جهتهم أو رقعتهم الجغرافية. تليها وظيفة لا تقل أهمية عن الأولى و هي "ضمان تنوع ثقافي " مرتبط بالفضاء الذي تستثمر فيه جهودها ،على اعتبار أن المحتوى الثقافي المتجانس يشكل عرقلة أمام عمل و دور الإذاعة المحلية ، وكانت نسبة الإجابات 21.80 % أي بتكرار (92) إجابة من إجمالي (422) إجابة ، في حين

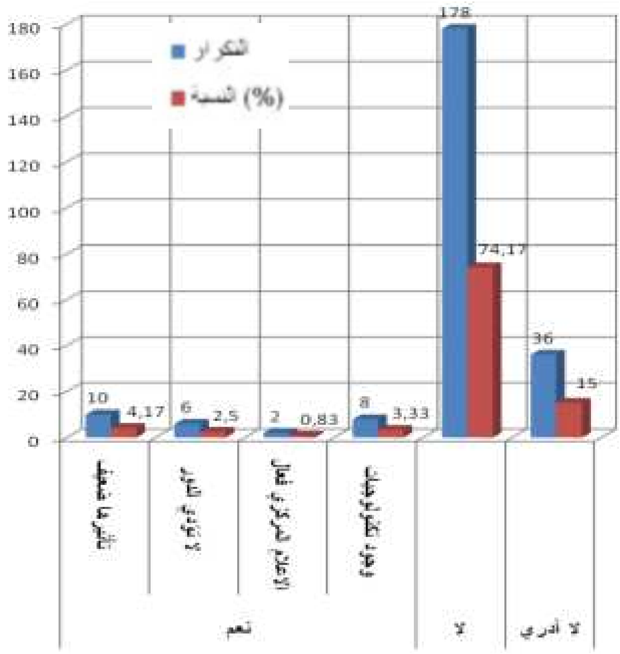
احتلت وظيفة "تعزيز القيم و الروابط الاجتماعية" المرتبة الثالثة بنسبة 18.72 % من إجمالي الإجابات المحتملة أي بتكرار (79) اجابة من إجمالي (422) إجابة ، ما يؤكد على الدور الفعال لوسائل الإعلام جملة وخاصة منها الإعلام المحلي و ما له من دور في إعادة تركيب شبكة العلاقات الاجتماعية في مجال القيم و المعاييرداخل المجتمع المحلي.

أما الوظيفة الرابعة المنوطة بالإذاعة المحلية وفق ما أكده أفراد عينة البحث فتتمثل في "تحقيق التنمية" و دفع عجلة التطور بنسبة 13.98 % من إجمالي الإجابات أي بتكرار (59) إجابة من إجمالي (422) إجابة ، ولاشك أن هذه الوظيفة كانت هي الأساسية في سنوات السبعينيات أو ما يصطلح عليه بـــ"الإعلام التنموي" ، وما يلاحظ في هذا الشأن تراجع هذه الوظيفة فاسحة المجال لنظرة أكثر انفتاحا في ظل متغيرات إقليمية وعالمية متسارعة. واحتلت وظيفة "التحكم في الأوضاع المحلية" المرتبة الخامسة بنسبة 11.14 % و بتكرار (47) إجابة من إجمالي (422) إجابة ، بمعنى أن أفراد عينة البحث أعطوا نوع من السلطة المعنوية للإذاعة المحلية ،و في هذا دليل على أن وسائل الإعلام خاصة المحلية منها تساهم و تشارك في الحكم المحلي.

و في الأخير احتلت وظيفة "التجانس الثقافي" و المقصود بها أن تقوم وسائل الإعلام بهيكلة و توظيف(Instrumentalisation) كل المعطيات الاجتماعية داخل المجتمع من أجل إقامة رقابة اجتماعية المرتبة السادسة و الأخيرة من بين جميع الوظائف و بنسبة 5.69% من مجموع الاحتمالات و بتكرار (24) إجابة من إجمالي (422) إجابة ، وفي هذا مؤشر قوي حول تراجع المحتويات و المضامين الثقافية الوحدوية التي تبنتها وسائل الإعلام لفترة طويلة من الزمن دون مراعاة الخصوصية الثقافية و الاجتماعية و الإثنية و اللغوية في المجتمع الجزائري خاصة قبل فترة 1988 . هذا لا يعني أن الإذاعة الوطنية (المركزية) قبل مرحلة التعددية الإعلامية لا تقوم بوظائف و جوانب ايجابية ،فهناك وظائف إدماجية غير معلنة كتعميم قيم معينة من بينها إحياء التراث المحلي و كذلك بلورة جزء من المعطيات الاجتماعية و اللغوية للمجتمع الجزائري.

الجدول رقم (57) : تصور أفراد عينة البحث للحقل الإعلامي في الجزائر.

الإحتمالات		التكرار	النسبة (%)
نعم	تأثيرها ضعيف	10	4,17
	لا تؤدي الدور المنوط بها	6	2,50
	الاعلام المركزي فعال أكثر	2	0,83
	وجود تكنولوجيات اتصال بديلة	8	3,33
	المجموع الجزئي	26	10,83
لا		178	74,17
لا أدري		36	15
المجموع		**240**	**100**



الشكل (64)

تصور أفراد عينة البحث للحقل الإعلامي في الجزائر.

يبين لنا التحليل الإحصائي للجدول رقم (57) تصور أفراد عينة البحث للحقل الإعلامي في الجزائر وكذا موقع الإذاعة المحلية ضمن هذا الحقل بحيث أكدت نسبة 74.17 % من إجمالي عينة البحث بأنهم لا يتصورون الحقل الإعلامي في الجزائر بمعطياته الراهنة دون إذاعات محلية. إذ أن هذه النسبة لا تدع شك في التأكيد على دور الإذاعة المحلية في المجتمع من جهة و من جهة أخرى عدم التنازل عن هذا المكسب الديمقراطي الذي يعد أحد أقوى المؤشرات في أي ديمقراطية في العالم و بالتالي على سلامة المسار التنموي لأي بلاد.

بينما أجاب 15 % من إجمالي العينة بأنهم لا يستطيعون تقدير أهمية الإذاعة المحلية في المجتمع (سنحاول في الجداول المتقاطعة معرفة المزيد عن هذه الفئة).

ويأتي في الأخير أفراد العينة الذين أجابوا بأنهم يستطيعون تصور الحقل الإعلامي في الجزائر من دون إذاعات محلية ، ومن ثمة التقليل و نفي الدور المنوط بالإذاعات المحلية داخل المجتمع و كانت نسبتهم 10.83 % من إجمالي عينة البحث.

إن النتيجة التي يمكن الاحتفاظ بها من خلال هذا التحليل هي أن الاتجاه العام كان مؤيدا لتأكيد و تثبيت تواجد الإذاعات المحلية في المجتمع الجزائري.

و في نفس السياق نجد الجدول رقم (57) وبالضبط في فئة المجيبين بـــ (نعم) أي الذين يتصورون الحقل الإعلامي في الجزائر من دون إذاعات محلية، فأنهم يعزون ذلك إلى جملة من الأسباب استطعنا أن نجمعها من خلال احتكاكنا الميداني بالمبحوثين ورصدناها فيمايلي:

- يمكن أن يكون سبب التخلي عن الإذاعة المحلية في المجتمع مرده إلى أن تأثيرها الضعيف مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى و كانت نسبة المبحوثين المؤيدين لهذا السبب 4.17 % أي بتكرار(10) حالات .و قد لاحظنا بأن المبحوثين يركزون بكثرة على تأثير وسيلة التلفزيون ، كما نجد أن نسبة 3.33 % تعزوا ذلك إلى وجود تكنولوجيات اتصال بديلة، و حسب عينة البحث احتل الانترنيت المرتبة الأولى بتكرار (8) حالات، بينما قدرت نسبة 2.50 % بأن الإذاعات المحلية لا تؤدي الدور الإعلامي المنوط بها و ما هي إلا عبارة عن امتداد للإذاعة المركزية و ذلك بتكرار(6) حالات، في حين أكدت نسبة 0.83 % أي بتكرار حالتين، بأن الإعلام المركزي فعال أكثر و هو أكثر نجاعة من الإعلام المحلي و عليه لا جدوى من وجود إذاعات محلية (نذكر بان العدد الإجمالي للحالات في هذه الفئة هو 26 حالة).

ما يمكن أن نستخرجه من هذا الشق الإحصائي هو:

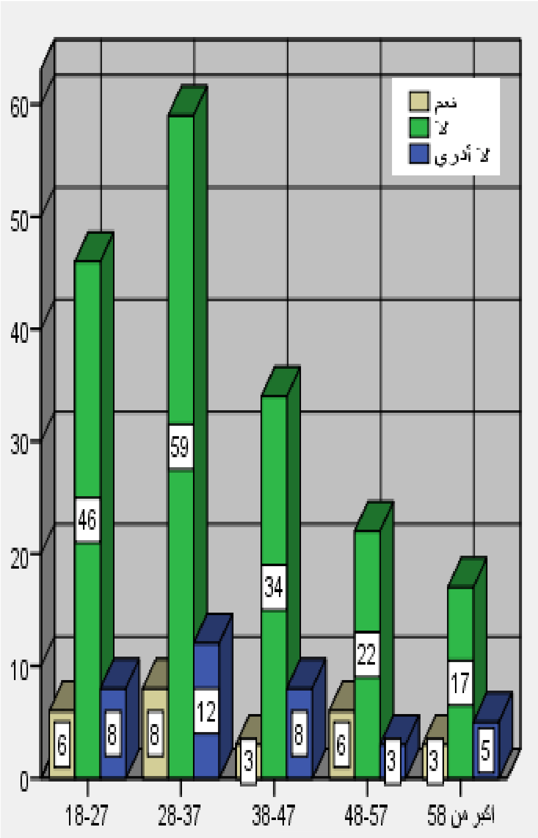
- أن جزءا من المجتمع والممثل في عينة البحث لازال رهين النظرة الكلاسيكية للاتصال التي تميز بها المجتمع الجزائري منذ مدة هذه النظرة تتمثل في هيمنة ثقافة الصورة وبالضبط ثقافة التلفزيون.

- أن جزءا من المجتمع لا يثق في الإذاعات المحلية و مالها من قدرة في إحداث التغيير المنشود في المجتمع .

- بروز تكنولوجيات اتصالية جديدة خاصة في الشق المتعلق بتقنية بالانترنيت حيث استطاع فرض نفسه بسرعة مذهلة داخل المجتمع و من بين ترسانة وسائل اتصال كلاسيكية أقدم منه .

الجدول رقم (58) : علاقة متغير السن للعينة و تصور موقع الإذاعة المحلية ضمن الحقل الإعلامي الجزائري.

السن	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
27-18	التكرار	6	46	8	60
	النسبة (%)	23,08	25,84	22,22	25
37-28	التكرار	8	59	12	79
	النسبة (%)	30,77	33,15	33,33	32,92
47-38	التكرار	3	34	8	45
	النسبة (%)	11,54	19,10	22,22	18,75
57-48	التكرار	6	22	3	31
	النسبة (%)	23,08	12,36	8,33	12,92
اكبر من 58	التكرار	3	17	5	25
	النسبة (%)	11,54	9,55	13,89	10,42
المجموع	التكرار	26	178	36	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (65)

علاقة السن و تصور موقع الإذاعة المحلية ضمن الحقل الإعلامي الجزائري.

تبين معطيات الجدول رقم (58) بخصوص متغير السن بالنسبة لأفراد عينة البحث و تصور موقع الإذاعة المحلية ضمن الحقل الإعلامي الجزائري أنه بالنسبة لـــ:

- فئة (18-27) سنة: لا تتصور الحقل الإعلامي في الجزائر دون الإذاعة المحلية و ذلك بنسبة 25.84 % أي بتكرار(46 حالة من أصل 178 حالة)، بينما تتصور نسبة 23.08 % الحقل الإعلامي من دون الإذاعة المحلية أي بتكرار(6 حالات من أصل 26 حالة)، فيما لم يقدر 22.22 % و بتكرار(8 حالات من أصل 36 حالة) أي أهمية الإذاعة المحلية داخل المجتمع.

- أما فئة (28-37) سنة: فقد كانت الغالبية فيها لشريحة المترددين بنسبة 33.33 % و بتكرار(12 حالة من مجموع 36 حالة)، بينما تلتها شريحة الذين يعتقدون في الإذاعة المحلية كركيزة أساسية في

الحقل الإعلامي بنسبة 33.15 % و بتكرار(59 حالة من مجموع 178 حالة)، في حين لم تتصور نسبة 30.77 % هذا الموقع و كان تكرارهم(8 حالات من مجموع 26 حالة).

– فيما يخص فئة (38–47) سنة: فإنها عرفت هي الأخرى نسبة تردد كبيرة حول موقع الإذاعة المحلية داخل الحقل الإعلامي بلغت 22.22 % و بتكرار(8 حالات من اصل 36 حالة)، ثم جاءت نسبة 19.10 % و بتكرار(34 حالة من أصل 178 حالة) تؤكد على ضرورة وجود إذاعة محلية داخل الحقل الإعلامي، لتنفي نسبة 11.54 % ذلك و بتكرار(3 حالات من مجموع 26 حالة).

– سجلت فئة (48–57) سنة أعلى مستوى في شريحة الذين لا يتصورون تواجد إذاعة محلية ضمن الحقل الإعلامي بنسبة 23.08 % و بتكرار(6 حالات من أصل 26 حالة)، بينما بلغت نسبة الذين يصرون على تواجد الإذاعة المحلية 12.36 % و بتكرار(22 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 178 حالة)، فيما لم تستطيع نسبة 8.33 % تقدير أهمية و ضبط موقع للإذاعة المحلية (3 حالات من بين 36 حالة).

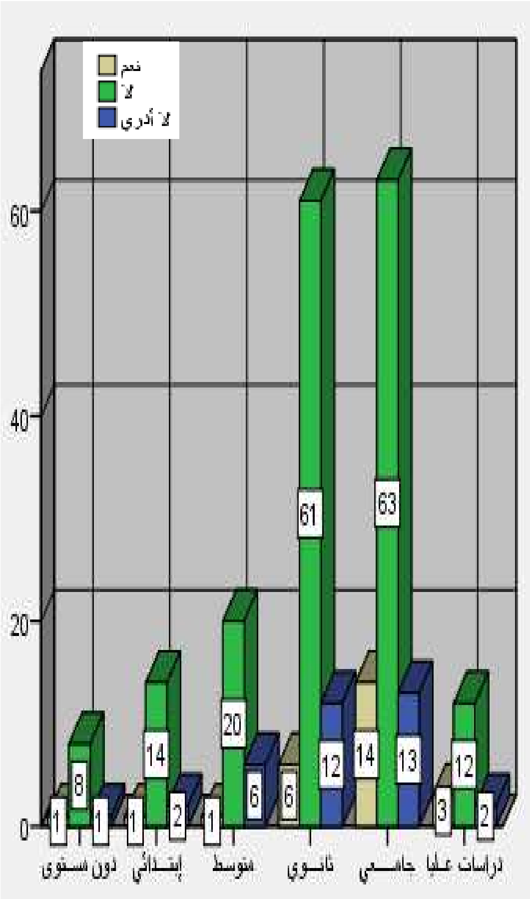
– بالنسبة لفئة أكبر من (58) سنة: فقد ترددت هي الأخرى في تقييم و تقدير أهمية الإذاعة المحلية في المجتمع والخارطة الإعلامية بنسبة 13.89 % و بتكرار(5 حالات من إجمالي 36 حالة)، بينما لم تتصور نسبة 11.54 % و بتكرار(3 حالات من بين 26 حالة) تواجد الإذاعة المحلية ضمن الحقل الإعلامي، فيما أكدت نسبة 9.55 % و بتكرار(17 حالة من إجمالي الحلات البالغ عددها 178 حالة) على ضرورة تواجد الإذاعة المحلية ضمن الحقل الإعلامي.

و عليه يمكن استخلاص ما يأتي من هذا الجدول:

أن أعلى نسبة للذين يتصورون الحقل الإعلامي الجزائري (من خلال عينة البحث) دون إذاعة محلية وصل إلى حدود 30.77 % و تمركزت في فئة (28–37) سنة.

الجدول رقم (59) : العلاقة بين متغير المستوى التعليمي و مدى تصورالمبحوثين لموقع الاذاعة المحلية ضمن الحقل الاعلامي الجزائري.

المستوى	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
دون مستوى	التكرار	1	8	1	10
	النسبة (%)	3,85	4,49	2,78	4,17
إبتدائي	التكرار	1	14	2	17
	النسبة (%)	3,85	7,87	5,56	7,08
متوسط	التكرار	1	20	6	27
	النسبة (%)	3,85	11,24	16,67	11,25
ثانوي	التكرار	6	61	12	79
	النسبة (%)	23,08	34,27	33,33	32,92
جامعي	التكرار	14	63	13	90
	النسبة (%)	53,85	35,39	36,11	37,50
دراسات عليا	التكرار	3	12	2	17
	النسبة (%)	11,54	6,74	5,56	7,08
المجموع	التكرار	26	178	36	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (66)

علاقة المستوى التعليمي و تصور موقع الإذاعة المحلية ضمن الحقل الإعلامي الجزائري.

يكشف لنا التحليل الإحصائي لجدول رقم (59) عن طبيعة العلاقة بين متغير المستوى التعليمي لأفراد عينة البحث و مدى تصورهم لموقع الإذاعة المحلية ضمن المجال الإعلامي حيث أوضح الجدول أنه بالنسبة إلى:

– فئة دون المستوى: لم تتصور أن الحقل الإعلامي الجزائري يخلو من الإذاعة المحلية بنسبة 4.49 % و بتكرار (8 حالات من مجموع 178 حالة)، كما تصورت نسبة 3.85 % و بتكرار(حالة واحدة من اصل 26 حالة) بان الحقل الإعلامي لا يتضمن بالضرورة الإذاعة المحلية ، في حين ترددت نسبة 2.78 % و بتكرار(حالة واحدة من مجموع 36 حالة) حول ذلك.

- فئة المستوى الابتدائي: كذلك هي الأخرى لم تتصور أن يفتقد المشهد الإعلامي لوسيلة إتصالية مهمة كالإذاعة المحلية و بلغت نسبة المبحوثين المؤيدين لهذا التصور 7.87 % و بتكرار(14 حالة من إجمالي 178 حالة)، بينما لم تقدر نسبة 5.56 % و بتكرار(حالتين من بين 36 حالة)ذلك، و أخيرا اعتبرت نسبة 3.85 % و بتكرار(حالة واحدة من إجمالي 26 حالة) ذلك ممكننا.

- فئة المستوى المتوسط: أكبر نسبة كانت من نصيب شريحة المترددين حيث بلغت 16.67 % بتكرار(6 حالات من أصل 36 حالة)، بينما لم تتصور نسبة 11.24 % و بتكرار(20 حالة من بين 178 حالة) غياب الإذاعة المحلية عن الساحة الإعلامية، في حين أكدت نسبة 3.85 % و بتكرار(حالة واحدة من اصل 26 حالة) انه يمكن أن تغيب الإذاعة المحلية عن الساحة الإعلامية.

- فئة المستوى الثانوي: أكدت نسبة 34.27 % و بتكرار(61 حالة من اصل 178 حالة) ضرورة وجود إذاعة محلية بهيكل الحقل الإعلامي ، بينما ترددت نسبة 33.33 % و بتكرار(12 حالة من مجموع 36 حالة) في تأكيد ذلك، في حين نفت نسبة 23.08 % و بتكرار(6 حالات من مجموع 26 حالة) ذلك.

- فئة المستوى الجامعي: أكدت غالبيتها 53.85 % و بتكرار(14 حالة من اصل 26 حالة) بأنه يمكن للحقل الإعلامي أن لا يتضمن الإذاعة المحلية، بينما ترددت نسبة 36.11 % و بتكرار(13 حالة من بين 36 حالة) حول ذلك، في حين أكدت نسبة 35.39 % من هذه الشريحة بأن الحقل الإعلامي يجب أن يكون مهيكل بالإذاعة المحلية كأحد المكونات الأساسية و بتكرار(63 حالة من اصل 178 حالة).

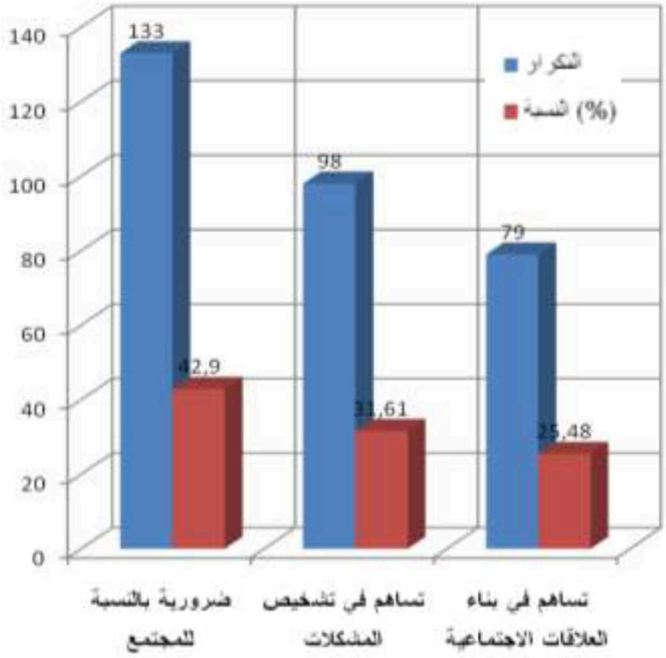
- فئة مستوى الدراسات العليا: أكدت هذه الفئة على نفس الاتجاه العام عند شريحة الجامعيين و لكن بنسب أقل. حيث أكدت نسبة 11.54 % و بتكرار(3 حالات من اصل 26 حالة) إمكانية خلو الحقل الإعلامي من الإذاعات المحلية، بينما رجحت نسبة 6.74 % الإجابة لكفة الذين يلحون على ضرورة تواجد الإذاعة المحلية بالحقل الإعلامي، و بتكرار 12 حالة من أصل 178 حالة)، لتأتي في الأخير نسبة الذين لم يبدوا رأيهم نهائيا بخصوص هذه المسالة بنسبة 5.56 % و بتكرار(حالتين من أصل 36 حالة).

الملفت للانتباه في ختام هذا الجدول هو أن الأفراد الذين يتمتعون بمستوى تعليمي عالي (جامعي،دراسات عليا) اقروا بأنه يمكنهم تصور الحقل الإعلامي في الجزائر من دون إذاعات محلية، بينما الفئات ذوا المستوى التعليمي الأدنى عكس ذلك (دون المستوى، مستوى الابتدائي و الثانوي).

الجدول رقم (60) : أسباب تحرير الحقل الاعلامي في مجال الاذاعة المحلية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
ضرورية بالنسبة للمجتمع	133	42,90
تساهم في تشخيص المشكلات	98	31,61
تساهم في بناء العلاقات الاجتماعية	79	25,48
المجموع الكلي (*) للإجابات	310	100

(*) يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (67)
أسباب تحرير الحقل الاعلامي في مجال الاذاعة المحلية.

إذا ما تصفحنا نتائج الجدول رقم (60) و المتضمن لأسباب تحرير الحقل الإعلامي في مجال الإذاعة المحلية، تتبادر إلينا ثلاثة أسباب رئيسية إرتئت عينة البحث، أنها مهمة و هي مرتبة كالأتي:

السبب الأول: مضمونه أن الإذاعة المحلية تعد ضرورية بالنسبة للمجتمع بنسبة 42.90 % من إجمالي الإجابات المحتملة، و هذه النتيجة لا تدع مجالا للشك بأن الإذاعة المحلية تعد وسيلة اتصال مستقبلية، هذا لا يعني أن الإذاعة الوطنية ليس لها دور و مستقبل، لكن الفرق يكمن في الرهانات و الدور المنوط بكل نوع، إذ تعتبر الإذاعة المحلية وسيلة إعلام و مجاورة للمواطن و هو ما يطلق عليه مصطلح الإعلام الجواري(L'information de Proximité)، أي أنها تحاول أن تشرك المستمع في تسيير و تنظيم قضايا الحي و الجهة فهي تعد حلقة وصل بين الإدارة المركزية و الجهات التي تستثمر فيها جهودها، أي أن لها دور مزدوج بتقديمها خدمة للإدارة و المواطن معا.

السبب الثاني: مضمونه أن الإذاعة المحلية تساهم في تشخيص المشكلات بكل أبعادها، و عبرت نسبة 31.61 % من مجموع الاحتمالات عن وجهة النظر هذه بحيث أنه لا يمكن أن ننكر ما لوسائل الإعلام بصفة عامة و وسائل الإعلام المحلي بصفة خاصة من دور في رصد و تشخيص و محاولة رسم

استراتجيات و حلول لمعضلات و مشكلات سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية،...(يمكن الرجوع إلى الجداول رقم (41،42،43،44،45).

السبب الثالث: فحواه أن الإذاعة المحلية تساهم في بناء العلاقات الاجتماعية بحيث أنها تعد وسيلة اندماج اجتماعي بامتياز تسمح بالتأقلم مع المحيط الاجتماعي و السياسي المحلي و الوطني، و أكدت نسبة 25.48 % ذلك .

و لا يخفى على أحد ما لوسائل الإعلام بصفة عامة من دور في مجال نشر القيم الاجتماعية و من ثمة بناء العلاقات و الروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع حتى على مستوى أعمق من التحليل تساهم الإذاعة في إعادة هيكلة شبكة الروابط الاجتماعية، فمثلا الإذاعة المحلية التي تستثمر جهودها في شرق البلاد أو غربها، تستهدف جمهور محدد بخصائص المنطقة و الجهة.هذه الجهويات، جهوية الشرق و جهوية الغرب و الوسط ليس لها نفس الخصائص الاجتماعية و بالتالي ما يفترض من هذه الإذاعات بلورة هذه المعطيات و أخذها في الحسبان. إن هذه الجهويات لا تؤسس لها نفس العلاقة مع السياسي تاريخيا و لا تملك بالتالي نفس الأشكال التعبيرية السياسية و العلاقة مع الدولة الوطنية و مؤسساتها المختلفة لدرجة أنه يمكن القول أن هناك جهويات في السلطة و أخرى معارضة، كما ان هناك جهويات قوية و أخرى ضعيفة من حيث الإحساس بالانتماء الجهوي[1]

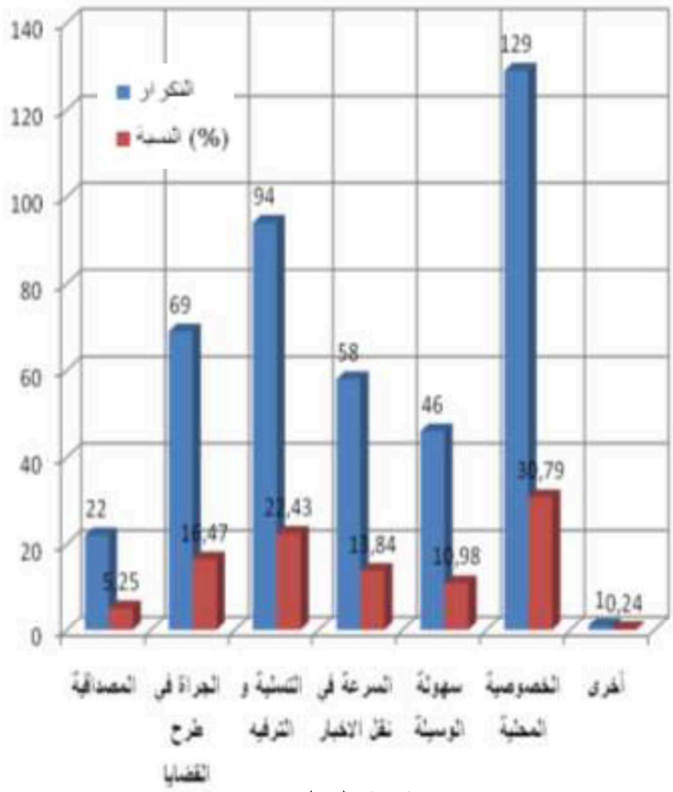
[1]– عبد الناصر جابي، الانتخابات الدولة و المجتمع، دار القصبة للنشر، الجزائر ، 1998، ص، ص. 29،31.

3- تسعى الإذاعات المحلية إلى تكريس التنوع الثقافي.

الجدول رقم (61) : سبب الاستماع للاذاعة المحلية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
المصداقية	22	5,25
الجراة في طرح القضايا	69	16,47
التسلية و الترفيه	94	22,43
السرعة في نقل الاخبار	58	13,84
سهولة الوسيلة	46	10,98
الخصوصية المحلية	129	30,79
أخرى تذكر	1	0,24
المجموع الكلي (*) للاجابات	419	100

(*) يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (68)

سبب الاستماع للاذاعة المحلية.

تباين سبب الاستماع للاذاعة المحلية حسب طبيعة المجتمع المبحوث، حيث سجلت نسبة 30.79 % من اجمالي الاجابات المحتملة لعينة البحث تؤكد على ان سبب الاستماع الرئيسي يعود الى الخصوصية المحلية التي تتمتع بها الاذاعة المحلية، سواء كانت خصوصية ثقافية او محلية بمفهوم الجوارية ، هذا مايؤكد لنا مرة اخرى ما ورد في الجدول رقم (56) فيما يخص الوظائف الاعلامية، حيث احتلت فيه وظيفة "تقديم اعلام جواري" المرتبة الاولى بنسبة 28.67 % بمعنى أن سبب الاستماع يتناسب منطقيا مع الوظيفة المنوطة بالاذاعة المحلية (حسب ميدان الدراسة).

أما السبب الثاني في الاستماع فقد عزته عينة البحث الى "التسلية و الترفيه" وهي احدى المهام و الوظائف المنوطة بوسائل الاتصال بصفة عامة، و على الرغم من أن هذه الوظيفة تبدو بسيطة و سهلة الا انها في منتهى الخطورة اذا ما ربطنها بوسائل الاعلام و الاتصال حيث سجلنا نسبة 22.43 % من مجموع الاجابات، و لقد بين "برلسن" أن الجريدة كوسيلة اتصال "تعد مصدرا للأمان في عالم هائج".[1]

[1] Francis Balle, Jean G. Padioleau, Sociologie De L'information, OP.CIT .P.74.

كذلك يرى "ماكدوجال" ان هذه الوظيفة تخفف العبء على النفس و على العقول و تجعل الحياة محتملة رغم ما فيها من متاعب، و هكذا تصبح التسلية ذات اثر نفسي حميد و يذهب "ستيفتسون" الى أن الامتاع و التسلية هما هدفان أساسيان للاعلام بوجه عام، و يلاحظ ان الاقاع الاعلامي يسير على أساس فترات من الأخبار تمثل التوتر و يعقبها فترات من الترفيه تمثل الهدوء و الاسترخاء، غير ان وظيفة الترفيه و الامتاع يمكن أن تتجاوز من حدودها و يصبح ضررها أكبر من نفعها.(1)

بينما كان السبب الثالث الكامن وراء استماع عينة البحث، يتمثل في الجرأة في طرح القضايا التي تهم المواطن بنسبة 16.47 % من اجمالي الاجابات المحتملة، و لعل هذه الخاصية تطرح بحدة على وسائل الاعلام المحلية فعلى قدر قرب الوسيلة الاعلامية و جواريتها من المجتمع على ما قدر ما تكون الجراة أكثر حدة في طرح قضايا و انشغالات المواطنين، و ربما كذلك هذه الخاصية تعطي مصداقية كبيرة لوسائل الاعلام المحلية كما تعطيها أكثر جاذبية من طرف الجمهور.

فيما احتل سبب "السرعة في نقل الاخبار " المركز الرابع من حيث دافعية الاستماع لأفراد عينة البحث، و كان بنسبة 13.84 % من مجموع الاحتمالات التي اختارها افراد عينة البحث، و قد جاء هذا السبب متأخرا نوعا ما وهذا ربما لوجود بعض السيطرة و التحكم في الأخبار من طرف الاذاعة المركزية بحيث لا توجد استقلالية كاملة للاذاعة المحلية في معالجتها للأخبار.

في حين عبر السبب الخامس بنسبة 10.98 % عن أن السبب استماع افراد عينة البحث يعود الى سهولة هذه الوسيلة، و المقصود بها هنا سهولة استقبال البرامج الاذاعية (لا يوجد حواجز) و كذلك تبسيط غالبية البرامج الاذاعيةو أقلمتها مع مختلف شرائح المجتمع حتى تكون في المتناول و بالفعل فجهاز الراديو يمكن سماعه في السيارة أو المطبخ أو على شاطىء البحر، و هي مزة لازال ينفرد بها هذا الجهاز رغم التقدم الهائل في مجال الاتصالات بالإضافة إإى بساطة استعماله من الناحية التقنية.

و اقرت نسبة 5.25 % بأن سبب الإستماع يرجع الى مصداقية أخبار الاذاعة المحلية، و احتل بذلك هذا السبب المركز السادس من بين الأسباب الأخرى. و في هذه النسبة الإحصائية دلالة سوسيولوجية مهمة على اعتبار أن المصداقية في وسائل الإعلام ضرورية ومهمة و إلا فقدت مكانتها في السوق الإعلامي و المجتمع خاصة أنها تعتبر من أهم المعايير التي تصنف على أساسها الديمقراطيات العريقة.

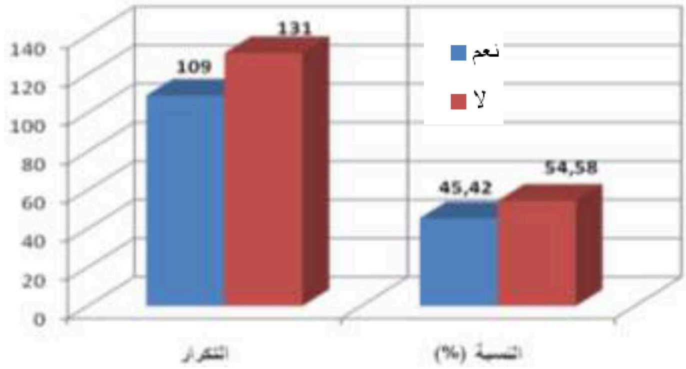
ما نلاحظ هنا هو تراجع هذا السبب إلى المرتبة الأخيرة و هو بذلك إقرار صريح من طرف افراد العينة بأن هذا السبب يتطلب القيام بدراسات معمقة حول مصداقية وسائل الاعلام خاصة في دول العالم الثالث.

و جاء في المركز الاخير صنف "اسباب اخرى" بنسبة 0.42 % و هي نسبة تبدو ليست ذات دلالة سوسيولوجية كبيرة.

(1) ابرهيم امام، دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الانجلو مصرية ،الطبعة الرابعة ، القاهرة 1972.ص.72.

الجدول رقم (62) : الاعتماد على الإذاعة المحلية كمصدر للأخبار الوطنية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	109	45,42
لا	131	54,58
المجموع	240	100



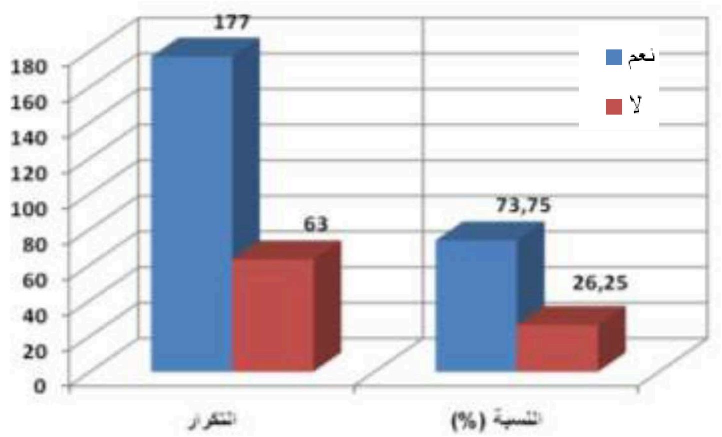
الشكل (69)
الاعتماد على الاذاعة المحلية كمصدر للأخبار الوطنية.

يوضح هذا الجدول مدى اعتماد عينة البحث على الإذاعة المحلية كمصدر للأخبار الوطنية وقد اتضح أن نسبة معتبرة تقدر بـــ 45.42 % أي بتكرار (109) حالة من مجموع (240) حالة أقرت بأنها تعتمد على الإذاعة المحلية في استقائها للأخبار الوطنية خاصة إذا علمنا بأن الإذاعة المحلية تربط في الكثير من المواعيد بالإذاعة المركزية و خاصة خلال نشرات الأخبار الرئيسية أو خلال الأحداث الهامة ، فيما نفت نسبة 54.58 % أي بتكرار (131) حالة من مجموع (240) حالة بأن يكون مصدر أخبارها الإذاعة المحلية و تبقى بذلك الإذاعة المركزية هي المصدر الرئيسي الذي يزود المواطن بالمعلومات الهامة.

و ما يمكن استخلاصه من هذا الجدول هو أن الإذاعة المحلية بدأت تخلق لنفسها مكانة عند جمهور المتلقين ، خاصة إذا علمنا أن تجربتها تعد قصيرة نسبيا مقارنة بتجربة الإعلام المركزي، كما أن حضور آثار التجربة المركزية لايزال باديا في الأذهان من خلال موقف المبحوثين الذين لا يتصورون أنهم يعتمدون على الإذاعة المحلية في استقاء الأخبار و المعلومات.

الجدول رقم (63) : رأي أفراد العينة حول التضارب في نقل الخبر بين الإذاعة المحلية و الإذاعة الوطنية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	63	26,25
لا	177	73,75
المجموع	240	100



الشكل (70)
رأي أفراد العينة حول التضارب في نقل الخبر بين الاذاعة المحلية و الاذاعة الوطنية.

تثبت الشواهد الإحصائية المتعلقة بالتضارب في نقل الخبر بين الإذاعة المحلية و الإذاعة الوطنية إلى أن نسبة 73.75 % من اجمالي أفراد عينة البحث يؤكدون بأنه لا يوجد أي تضارب في نقل الخبر سواء كان مصدره الإذاعة الوطنية أو الإذاعة المحلية. بينما ترى نسبة 26.25 % من إجمالي أفراد عينة البحث بأن هناك تضاربا في نقل الأخبار بين الإذاعتين.

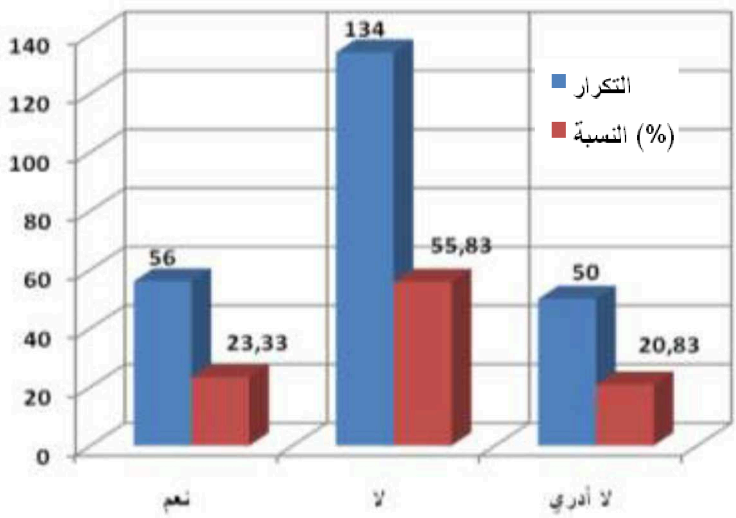
يرجع سبب الاختلاف في وجهات النظر إلى أن المبحوثين الذين أجابوا بأن هناك تناقضا في الأخبار في محاولة من المبحوثين التأكيد على الإختلاف في المعالجة الإعلامية بين الإذاعتين (هذا ما لمسناه في المعالجة الميدانية)، و كما هو متعارف عليه في مثل هذه التجارب، أن معالجة الأخبار في الإذاعة المحلية يكون مؤشرا ومصادقا عليه من طرف الإذاعة الوطنية و بالتالي في هذه الحالة التضارب في نقل الخبر غير وارد، و ما يمكن استخراجه و استنتاجه من هذا الجدول مايلي:

أن الإذاعة المحلية في شق الأخبار تكون تابعة (مراقبة) في إنتاجها للإذاعة المركزية و يمكن هنا طرح سؤال مهم، إلى أي مدى تكون هذه التبعية في إنتاج الأخبار؟ و ماهو تأثيرها على الأخبار المحلية ؟

و هذا ما يثبت إلى حد ما هيمنة "الوطني" و أسبقيته على "المحلي" انظر الجدول رقم (40) و (62).

الجدول رقم (64) : مدى انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال برامج الإذاعة الوطنية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	56	23,33
لا	134	55,83
لا أدري	50	20,83
المجموع	240	100



الشكل (71)

مدى انعكاس الابعاد الثقافية من خلال برامج الاذاعة الوطنية.

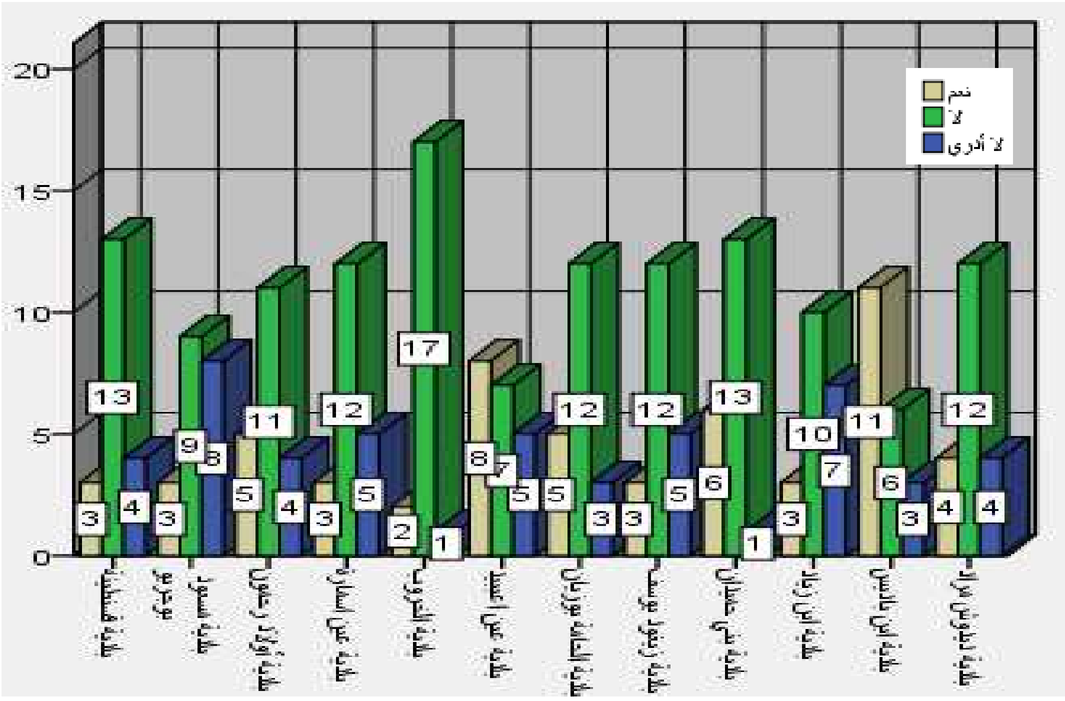
يؤكد أكثر كن نصف مجتمع البحث بنسبة 55.83 % و بتكرار (134) حالة من أصل (240) حالة بأن الإذاعة الوطنية لا تعكس كل الأبعاد الثقافية من خلال برامجها، و في هذا تأكيد صريح (حسب عينة الدراسة) على أن نظام الإعلام المركزي لا يلبي و لا يعكس كل الأفكار و المعلومات و القيم الموجودة في المجتمع برمته، فالإذاعة المحلية تعد أحد وسائل الاتصال و الإعلام التي تصنع علاقة وثيقة بين الثقافة و المجتمع و ما تتضمنه من علاقات اجتماعية تتفاعل فيما بينها.

بينما أبدت نسبة 23.33 % و بتكرار (56) حالة من أصل (240) حالة من مجتمع البحث تأييدها بأن برامج الإذاعة الوطنية تعكس كل الفسيفساء الثقافية الموجودة في المجتمع و يمكن اعتبار هذه النسبة مهمة فهي تثق في الدور الذي تقوم به الإذاعة الوطنية تجاه المستمعين في المجال الثقافي ، و من ثمة فهي تقوم بادوار رئيسية في تطبيق سياسات ثقافية وطنية ومحلية هدفها تنظيم الذاكرة الجماعية.

في حين أبدت نسبة 20.83 % من إجمالي عينة البحث و بتكرار (50) حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 240 حالة، رأيا مترددا فيما إذا كانت أن برامج الإذاعة الوطنية تعكس الأبعاد الثقافية، و ربما تبقى هذه الفئة أو الشريحة من عينة الدراسة في حيرة من أمرها بحيث أن التجربة الإذاعية في مجال الاتصال الجواري تعتبر قصيرة نسبيا مقارنة مع تجربة الإذاعة الوطنية و الإعلام المركزي بصفة عامة و بالتالي فهي مازلت محل تقييم و تريث و من المحتمل أن يكون لهذه الفئة وزن كبير في جمهور مستمعي الإذاعات المحلية مستقبلا.

الجدول رقم (65) : العلاقة بين متغير بلدية إقامة المبحوثين و متغير انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال البرامج الوطنية.

البلدية \ الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
بلدية قسنطينة	التكرار	3	13	4	20
	النسبة (%)	5,36	9,70	8	8,33
بلدية مسعود بوجريو	التكرار	3	9	8	20
	النسبة (%)	5,36	6,72	16	8,33
بلدية أولاد رحمون	التكرار	5	11	4	20
	النسبة (%)	8,93	8,21	8	8,33
بلدية عين اسمارة	التكرار	3	12	5	20
	النسبة (%)	5,36	8,96	10	8,33
بلدية الخروب	التكرار	2	17	1	20
	النسبة (%)	3,57	12,69	2	8,33
بلدية عين اعبيد	التكرار	8	7	5	20
	النسبة (%)	14,29	5,22	10	8,33
بلدية الحامة بوزيان	التكرار	5	12	3	20
	النسبة (%)	8,93	8,96	6	8,33
بلدية زيغود يوسف	التكرار	3	12	5	20
	النسبة (%)	5,36	8,96	10	8,33
بلدية بني حميدان	التكرار	6	13	1	20
	النسبة (%)	10,71	9,70	2	8,33
بلدية ابن زياد	التكرار	3	10	7	20
	النسبة (%)	5,36	7,46	14	8,33
بلدية ابن باديس	التكرار	11	6	3	20
	النسبة (%)	19,64	4,48	6	8,33
بلدية ديدوش مراد	التكرار	4	12	4	20
	النسبة (%)	7,14	8,96	8	8,33
المجموع	التكرار	56	134	50	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



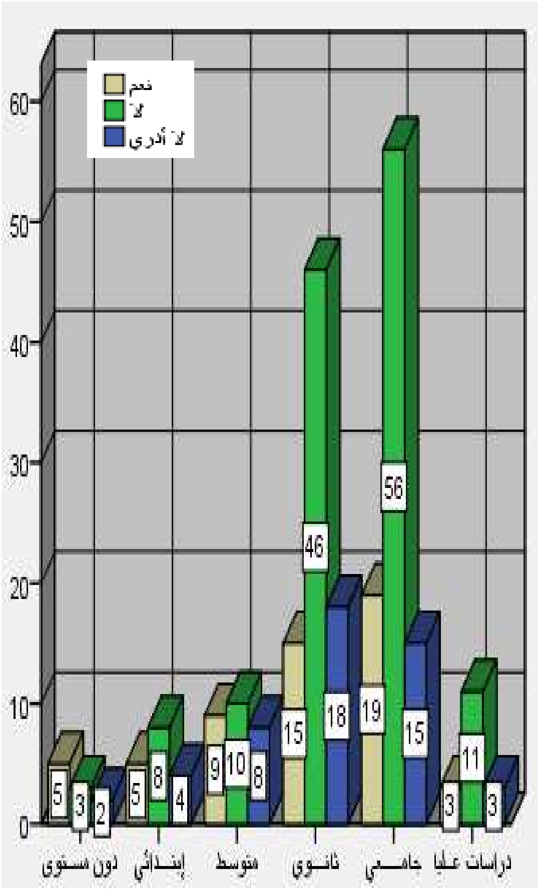
الشكل (72)

العلاقة بين متغير بلدية إقامة المبحوثين و متغير انعكاس الابعاد الثقافية من خلال البرامج الوطنية

لقد كانت البيانات الإحصائية جد معبرة في هذا المجال ، فعدا بلديات "عين عبيد" 14.29 %، و " بني حميدان" 10.71 %، و "أولاد رحمون" 8.93 %، و "ابن باديس" 19.64 % الذين أقروا بان الإذاعة الوطنية تعكس كل الابعاد الثقافية، كل البلديات الأخرى كانت إجابتها إما النفي (بلدية قسنطينة 9.70 %، بلدية الخروب 12.69 %، بلدية حامة بوزيان 8.96 %، بلدية ديدوش مراد 8.96 %) أو بالتردد و عدم التصريح بأي موقف (بلدية مسعود بوجريو 16 %، بلدية عين السمارة 10 %، بلدية زيغود يوسف 10 %، بلدية ابن زياد 14 %) و في هذه النتيجة دلالة سوسيولوجية على اعتبار أن اكبر البلديات في إقليم قسنطينة وأشدها كثافة سكانية وحراكا اجتماعيا لا تعتقد في أن برامج الإذاعة الوطنية تعكس كل أبعادها الثقافية، و حتى منها الصغرى لم تدل بأي موقف و اعتبرت الأمر غامضا ما يثبت (حسب نتائج الدراسة) محدودية النظام الإعلامي المركزي في مجال توزيع الثقافة المحلية هذا ما يجعلنا نؤكد أن النظام الإعلامي الجواري هو أحسن و أنجع ميكانيزم في مجال الثقافة.

الجدول رقم (66) : العلاقة الموجودة بين متغير التحصيل العلمي و متغير انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال برامج الإذاعة الوطنية.

المستوى / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
دون مستوى	التكرار	5	3	2	10
	النسبة (%)	8,93	2,24	4	4,17
ابتدائي	التكرار	5	8	4	17
	النسبة (%)	8,93	5,97	8	7,08
متوسط	التكرار	9	10	8	27
	النسبة (%)	16,07	7,46	16	11,25
ثانـــوي	التكرار	15	46	18	79
	النسبة (%)	26,79	34,33	36	32,92
جامـــعي	التكرار	19	56	15	90
	النسبة (%)	33,93	41,79	30	37,50
دراسات عـــليا	التكرار	3	11	3	17
	النسبة (%)	5,36	8,21	6	7,08
المجموع	التكرار	56	134	50	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (73)
العلاقة بين متغير التحصيل العلمي و متغير انعكاس الابعاد الثقافية من خلال برامج الاذاعة الوطنية.

يبرز هذا الجدول العلاقة الموجودة بين متغير التحصيل العلمي و متغير انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال برامج الإذاعة الوطنية حيث نجد أنه:

– بالنسبة لفئة "دون المستوى": يعتقدون بأن برامج الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية بنسبة 8.93 % (5 حالات من مجموع 56 حالة)، بينما ترددت نسبة 4% (2 حالات من مجموع 50 حالة) حول هذه القضية. في حين أقرت نسبة 2.24 % (3 حالات من مجموع 134 حالة) بأن الإذاعة الوطنية لا تعكس كل الأبعاد الثقافية.

– بالنسبة لفئة "المستوى الابتدائي": يعتقدون في الدور الايجابي الذي تؤديه برامج الإذاعة الوطنية في

مجال الثقافة بنسبة 8.93 % (5 حالات من مجموع 56 حالة)، فيما ترددت نسبة 8% (4 حالات من مجموع 50 حالة) حول هذه القضية. في حين أقرت نسبة 5.97 % (8 حالات من مجموع 134 حالة) بأن الإذاعة الوطنية لا تعكس كل الأبعاد الثقافية.

– بالنسبة لفئة "المستوى المتوسط": كانت الأغلبية للذين يرون بان برامج الإذاعة الوطنية تغطي كل الأبعاد الثقافية بنسبة 16.07 % (9 حالات من مجموع 56 حالة)، فيما كانت نسبة التردد مقاربة للنسبة للأولى و بلغت 16% (8 حالات من مجموع 50 حالة) ، في حين أكدت نسبة 7.46 % (10 حالات من مجموع 134 حالة) على أن الإذاعة الوطنية لا تستطيع أن تعكس كل الفسيفساء الثقافية في الوطن.

– بالنسبة لفئة "المستوى الثانوي": أبدت نسبة 36 % و بتكرار (18 حالة من أصل 50 حالة) تحفظها اتجاه هذه القضية (موقف متردد)، فيما كانت نسبة النفي مقاربة للأولى و بلغت 34.33% (46 حالات من مجموع 134 حالة) ، في حين أقرت نسبة 26.79 % (15 حالات من مجموع 56 حالة) بأن الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية من خلال بث برامجها.

– بالنسبة لفئة "المستوى الجامعي": أبدت نسبة 41.79 % و بتكرار (56 حالة من اصل 134 حالة) نفيها و أكدت بأن البرامج الاذاعية لا تعكس كل الأبعاد الثقافية في المجتمع ، في حين أقرت نسبة 33.93 % و بتكرار (19 حالة من مجموع 56 حالة) بأن الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية. بينما ترددت نسبة 30% (15 حالة من مجموع 50 حالة) حول هذه القضية.

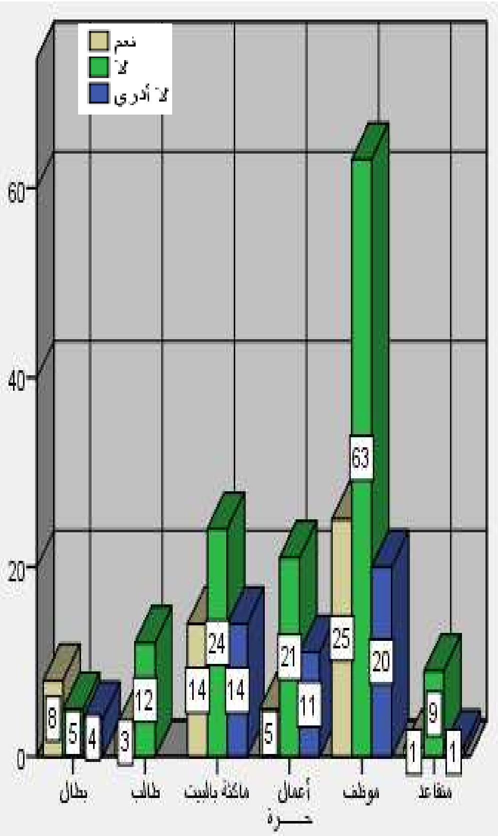
– بالنسبة لفئة "الدراسات العليا": أبدت نفس الموقف السابق أي النفي بنسبة 8.21 % و بتكرار (11 حالة من مجموع 134 حالة)، فالتردد بنسبة 6 % (3 حالات من مجموع 50 حالة) ، في حين أقرت نسبة 5.36 % (3 حالات من مجموع 56 حالة) بأن الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية.

و بناء على هذه المعطيات الإحصائية يمكن لنا أن نقيم العلاقة بين هذين المتغيرين مفادها أن أصحاب المستويات الدنيا يعتقدون في أن برامج الإذاعة الوطنية تعكس الأبعاد الثقافية في المجتمع (دون المستوى، المستوى الابتدائي، المستوى الموسط)، بينما ترددت بالنسبة لهذا الموقف فئة المستوى الثانوي و كانت فاصلة بين الفئتين، بينما جزم أصحاب "المستوى الجامعي و مستوى الدراسات العليا" بالنفي في هذا الدور الشمولي و الوحدوي لبرامج الإذاعة الوطنية.

وعليه يمكن استنتاج العلاقة التالية: انه كلما زاد مستوى التحصيل العلمي للمبحوثين كلما قل الاعتقاد في دور الإعلام المركزي الممثل في الإذاعة الوطنية و ذلك في مجال نشر و تمثيل الأبعاد الثقافية.

الجدول رقم (67) : العلاقة بين المهنة و مدى انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال برامج الإذاعة الوطنية.

المهنة / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
بطال	التكرار	8	5	4	17
	النسبة (%)	14,29	3,73	8	7,08
طالب	التكرار	3	12	0	15
	النسبة (%)	5,36	8,96	0	6,25
ماكثة في البيت	التكرار	14	24	14	52
	النسبة (%)	25	17,91	28	21,67
أعمال حـــرة	التكرار	5	21	11	37
	النسبة (%)	8,93	15,67	22	15,42
موظف	التكرار	25	63	20	108
	النسبة (%)	44,64	47,01	40	45
متقاعد	التكرار	1	9	1	11
	النسبة (%)	1,79	6,72	2	4,58
المجموع	التكرار	56	134	50	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (74)

العلاقة بين المهنة و مدى انعكاس الابعاد الثقافية من خلال برامج الاذاعة الوطنية.

في حين إذا لاحظنا الجدول رقم (67) الذي يوضح العلاقة بين المهنة و مدى انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال برامج الإذاعة الوطنية نسجل مايلي:

– فئة البطالين: يعتقدون في أن برامج الإذاعة الوطنية تعكس الأبعاد الثقافية بنسبة 14.29% (8 حالات من مجموع 56 حالة) ، فيما ترددت نسبة 8% (4 حالات من مجموع 50 حالة) حول هذه القضية، في حين أقرت نسبة 3.73 % (5 حالات من مجموع 134 حالة) بأن الإذاعة الوطنية لا تعكس كل الأبعاد الثقافية.

– فئة الطلبة: لا يعتقدون في هذا الموقف بنسبة 8.96 % (12 حالة من مجموع 134 حالة) ، في حين أقرت نسبة 5.36 % (3 حالات من مجموع 56 حالة) بأن الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية.

– فئة الماكثات في البيت: ترددن في الإدلاء بموقف صريح في هذه القضية و كانت بنسبتهم 28 % (14 حالة من مجموع 50 حالة)، في حين أقرت نسبة 25 % (14 حالة من مجموع 56 حالة) بأن الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية ، بينما ترددت نسبة 17.91% (24 حالة من مجموع 134 حالة) حول هذه القضية.

–فئة الأعمال الحرة: انضم صوتهم إلى صوت الماكثات في البيت بنسبة 22 % (11 حالة من مجموع 50 حالة)، فيما كانت نسبة النفي 15.67% (21 حالة من مجموع 134 حالة) ، في حين أقرت نسبة 8.93 % (5 حالات من مجموع 56 حالة) بأن الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية

– فئة الموظفين: أثبتت نسبة 47.01 % (63 حالة من أصل 134 حالة) بأن برامج الإذاعة الوطنية لا تعكس الأبعاد الثقافية في المجتمع ، في حين أقرت نسبة 44.64 % (25 حالة من مجموع 56 حالة) بأن الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية. بينما ترددت نسبة 40% (20 حالة من مجموع 50 حالة) حول هذه القضية.

– فئة المتقاعدين: أيدوا الموقف السابق أي أن برامج الإذاعة الوطنية لا تعكس الأبعاد الثقافية بنسبة 6.72 % و بتكرار (9 حالات من أصل 134 حالة) ، في حين أقرت نسبة 2 % (1 حالة من مجموع 56 حالة) بأن الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية. بينما ترددت نسبة 1.79% (1 حالة من مجموع 50 حالة) حول هذه القضية.

ما يمكن استخلاصه من هذا الجدول:

– الفئة الأكثر تمثيلا في العينة هي فئة "الموظفين" وقد نفوا تماما بأن البرامج الإذاعة الوطنية بإمكانها أن تعكس الأبعاد الثقافية المنتشرة في المجتمع.

– الفئة التي تلي في التمثيل هي فئة "الماكثات في البيت" كان لها موقف متردد و غير صريح بالنسبة لهذه القضية، و هو نفس الموقف بالنسبة لفئة "الأعمال الحرة".

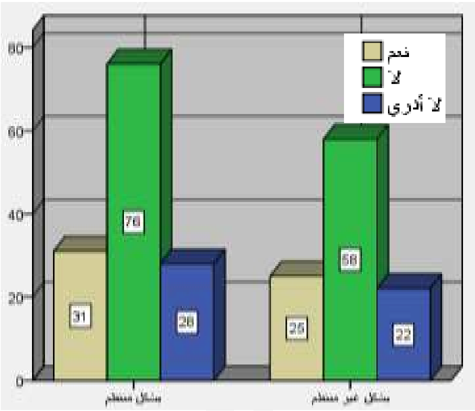
– تبقي كل من فئتي "الطلبة" و "المتقاعدين" اللذان أكدا على عدم إمكانية برامج الإذاعة الوطنية من تلبية كل متطلبات المجتمع الثقافية بمختلف أطيافها.

– فئة واحدة و وحيدة أكدت بأن برامج الإذاعة الوطنية لها كل الإمكانيات للقيام بهذا الدور و هي فئة "البطالين".

نستنتج أن غالبية العينة من الناحية المهنية إما أنها تنفي إمكانية استفاء برامج الإذاعة الوطنية للدور الثقافي المنوط بها أو موقف تردد تجاه هذا الدور وبهذا فهي تنزع نحو التجربة المحلية في المجال الثقافي

الجدول رقم (68) : العلاقة بين متغير المواضبة على الاستماع و متغير انعكاس الابعاد الثقافية من خلال برامج الاذاعة الوطنية.

المواضبة \ الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
بشكل منتظم	التكرار	31	76	28	135
	النسبة (%)	55,36	56,72	56	56,25
بشكل غير منتظم	التكرار	25	58	22	105
	النسبة (%)	44,64	43,28	44	43,75
المجموع	التكرار	56	134	50	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (75)

العلاقة بين متغير المواضبة على الاستماع و متغير انعكاس الابعاد الثقافية من خلال برامج الاذاعة الوطنية.

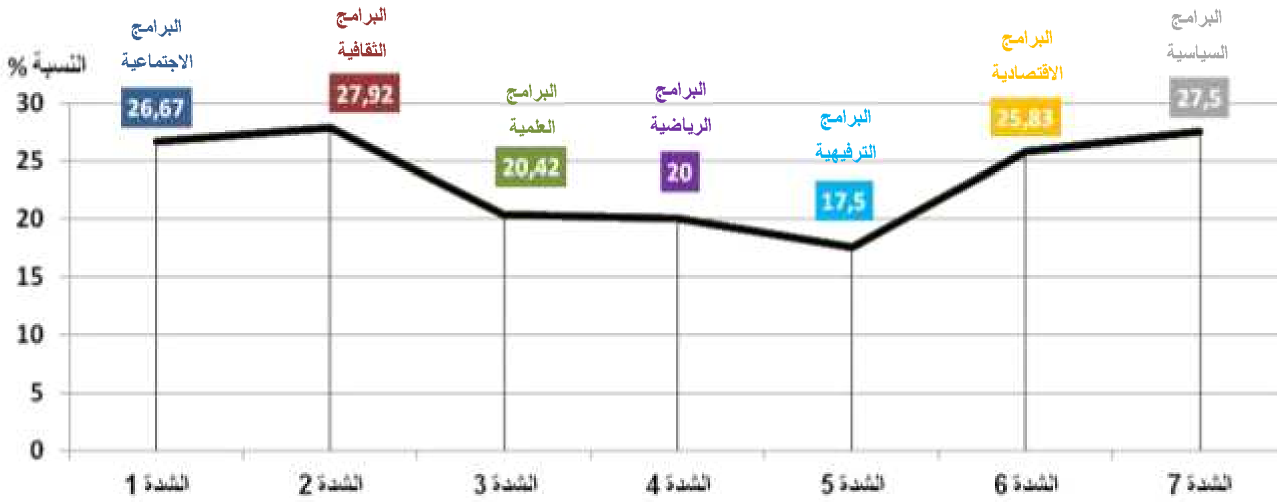
لقد سجلنا نسبة 56.72 % و بتكرار (76 حالة من أصل 134 حالة) ممن يستمعون بشكل منتظم و لا يعتقدون في أداء هذا الدور، نشير إلى أن هذه الفئة تستمع بشكل منتظم للإذاعة ما يجعلها تمتلك قدرة تقييم أداء برامج الاذاعة الوطنية سواء في مجال الثقافة أو السياسة أو الاقتصاد...الخ. بينما أجابت نسبة 56% و بتكرار (28 حالة من أصل 50 حالة) بعبارة "لاأدري" ، في حين أكدت نسبة 55.36 % و بتكرار (31 حالة من أصل 56 حالة) بأنها تعتقد في أداء هذا الدور.

بينما رجحت فئة الذين لا يستمعون بشكل منتظم الكفة لصالح الاحتمال القائل بأن برامج الاذاعة الوطنية تعكس كل الابعاد الثقافية بنسبة 44.64 % و بتكرار (25 حالة من أصل 56 حالة)، بينما أجابت نسبة 44% و بتكرار (22 حالة من أصل 50 حالة) بعبارة "لاأدري"، في حين أكدت نسبة 43.28 % و بتكرار (58 حالة من أصل 134 حالة) بانها لا تعتقد في أداء هذا الدور.

ما نستنتجه من خلال هذا الجدول ان نسبة التردد كانت عالية بالنسبة لفئة الذين يستمعون بشكل منتظم 56 % (28 حالة من مجموع 50 حالة) مقارنة مع فئة الذين لا يستمعون بشكل غير منتظم بنسبة 44 % (22 حالة من مجموع 50 حالة) ما يزيد في تاكيد فرضيتنا حول عدم استطاعة تغطية كل الابعاد الثقافية من طرف برامج الاذاعة الوطنية و بالتالي التأكيد على أن الإذاعة المركزية لاتلبي كل الاحتياجات المجتمعية.

الجدول رقم (69) : ترتيب البرامج التي تحرص العينة على متابعتها من خلال برامج الإذاعة المحلية.

الشدة / البرامج	1		2		3		4		5		6		7		المجموع	
	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)	التكرار	النسبة(%)
البرامج الاجتماعية	**64**	**26,67**	57	23,75	30	12,50	28	11,67	22	9,17	23	9,58	16	6,67	240	100
البرامج الثقافية	33	13,75	**67**	**27,92**	47	19,58	48	20	22	9,17	17	7,08	6	2,50	240	100
البرامج العلمية	34	14,16	37	15,41	**49**	**20,42**	43	17,92	37	15,42	22	9,17	18	7,50	240	100
البرامج الرياضية	36	15	22	9,17	32	13,33	**48**	**20**	40	16,67	28	11,67	34	14,17	240	100
البرامج الترفيهية	39	16,25	33	13,75	41	17,08	27	11,25	**42**	**17,50**	21	8,75	37	15,42	240	100
البرامج الاقتصادية	5	2,08	11	4,58	17	7,08	32	13,33	53	22,08	**62**	**25,83**	60	25	240	100
البرامج السياسية	29	12,08	17	7,08	22	9,17	26	10,83	42	17,50	38	15,83	**66**	**27,50**	240	100



الشكل (76)

ترتيب البرامج التي تحرص العينة على متابعتها من خلال برامج الإذاعة المحلية.

نستعرض من خلال الجدول رقم (69) توزيع البرامج الإذاعية وفقا لأفراد عينة البحث بمعيار الشدة مرتبة من (1)إلى (7) مع العلم أن الشدة (1) هي الأقوى و(7) هي الأضعف، فوجدنا الترتيب مشكل كالأتي:

- احتلت البرامج الاجتماعية المرتبة الأولى من حيث الشدة، حيث تحصلت على (64) تكرار بنسبة 26.67 % من إجمالي التكرارات (240).
- احتلت البرامج الثقافية المركز الثاني من حيث الشدة (الحرص في المتابعة)، حيث تحصلت على نسبة 27.92 % بتكرار (67) مرة من إجمالي التكرارات (240).
- احتلت البرامج العلمية من حيث شدة الحرص على المتابعة المركز الثالث بنسبة 20.42 % و بتكرار (49) مرة من مجموع التكرارات الـــ (240).
- تحتل البرامج الرياضية المرتبة الرابعة في سلم الحرص على المتابعة بنسبة 20 % و بتكرار (48) مرة من مجموع التكرارات الــ (240).
- بالنسبة للبرامج الترفيهية فقد احتلت المركز الخامس من حيث حرص المستمعين على متابعتها و كانت نسبتها 17.50 % و بتكرار (42) مرة من مجموع التكرارات الــ (240) .
- البرامج الاقتصادية احتلت المرتبة السادسة بنسبة 25.83 % و بتكرار (62) مرة من إجمالي التكرارات (240).
- احتلت البرامج السياسية المركز السابع (الأخير) في مجال المتابعة من طرف المستمعين بنسبة 27.50 % و بتكرار (66) مرة من مجموع التكرارات الـــ (240).

و كخلاصة لهذا الجدول يمكن ملاحظة جملة من التباينات فيما يخص شدة الحرص على متابعة البرامج في الإذاعة المحلية من طرف عينة البحث ، حيث نجد أن البرامج الاجتماعية مهيمنة في المرتبة الأولى، في هذا المجال لابد على الإذاعة المحلية أن تضاعف الجهود في هذا الاتجاه و تحاول أن تقدم جرعة مكثفة و واعية تتلاءم و طبيعة المجتمع المحلي وأن تبتعد قدر الإمكان عن النموذج الذي سلكته الإذاعة الوطنية و المتمثل في المبالغة في الدور التربوي للمجتمع في محاولة منها لخلق نموذج وحدوي للمجتمع الجزائري، و إذا انتقلنا إلى البرامج الثقافية بمفهومها الواسع (أدب، تاريخ،فن...) فنجد أن الإذاعة المحلية تعتبر وسيلة إعلامية جماهيرية فعالة، فهي تستطيع أن تخلق و تساهم في دفع ديناميكية الساحة الثقافية من خلال بثها للبرامج و التظاهرات الثقافية سواء الوطنية أو المحلية، ففي جميع الأحوال تراعي الإذاعة المحلية أن المواد المنشورة تتفق مع الثقافة المحلية و المعايير الأخلاقية، و لقد أثبتت بعض الدراسات أن التثقيف له أثره الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية و الرأي العام، و هذا ما أكدته الشواهد الكمية من حيث أنها احتلت المرتبة الثانية من بين مجموع البرامج السبعة.

أما بالنسبة للبرامج العلمية و التي تحاول أن تزرع ثقافة علمية من عدة منابر سواء جامعية أو تربوية بين الشباب بغرض تنمية واكتشاف المواهب الشبانية الخلاقة خاصة في المنطقة التي تستثمر فيها الإذاعة المحلية جهودها. فقد أثبتت الإحصائيات بأن هذا النوع من البرامج قد احتل المركز الثالث و هو يستقطب عدد معتبر من المستمعين.

في حين احتلت البرامج الرياضية المرتبة الرابعة متقدمة على العديد من البرامج (السياسية،الاقتصادية) و قد اقتصرت خاصة على فئة الشباب و الشابات من المبحوثين و بالتالي فهو تعبير مباشر من طرف هؤلاء على احتياجات إعلامية و ثقافية يتذيتون ويتموقعون من خلالها (Reseaux Identification) و تعيد لهم الثقة من جديد في الأجهزة المؤسساتية و على رأسها الدولة كما تتبنى مشاكلهم و أفكارهم ، في هذه النقطة بالذات يمكن الإشارة إلى حركية مهمة في هذا المسار، و هي ما للإعلام المحلي من قدرة على تشكيل و إعادة تركيب العلاقات داخل المجتمع عن طريق البرامج الإذاعية المختلفة ، هنا تلعب البرامج الرياضية دورا مهما في الأخذ بأيدي الشباب و تقديم برامج تكشف عن مواهبهم و تؤطر طاقاتهم.

بينما احتلت البرامج الترفيهية المرتبة الخامسة متقدمة على البرامج السياسية و الاقتصادية التي تشكل بالنسبة إلى المستمع بؤرة ضغط و توتر، بينما تشكل البرامج الترفيهية لحظة استرخاء فكري و عقلي.

ما يجب الإشارة إليه في هذا الصدد هو ضرورة بث رسالة ترفيهية واعية، فالبرامج يجب أن تكون ذواقة، أصيلة، و راقية فهي عملية تطهير للنفس حسب "أرسطو". فيمكن أن تتجاوز وظيفة الترفيه و الإمتاع من حدودها و يصبح ضررها أكبر من نفعها و من هنا جاءت نصيحة "افلطون" الذي طرد الشعراء من جمهوريته الفاضلة حرصا على نفوس الشباب من المبالغة و التهويل و الانحراف لأن وظيفة

الشاعر أشبه بوظيفة الإعلامي الحديث خاصة من حيث جوانب الإمتاع[1].

و إذا انتقلنا إلى البرامج الاقتصادية فنجدها اقل استقطابا من ناحية الاستماع بحيث احتلت المرتبة السادسة بنسبة 25.83 % و بتكرار (62) مرة، و ترمي هذه البرامج في غالبيتها إلى حل المشكلة الاقتصادية للمواطن سواء حول الاستهلاك ، الأزمة الاقتصادية ،السلوك الغذائي. و تعد الإذاعة المحلية وسيلة جماهيرية اقناعية من أكفأ الوسائل التي تساهم بفعالية في مجال التنمية الاقتصادية كما تعد وسيلة للحياة اليومية تطلع الناس على السعار و حركة الأسواق و النقل و غيرهما.

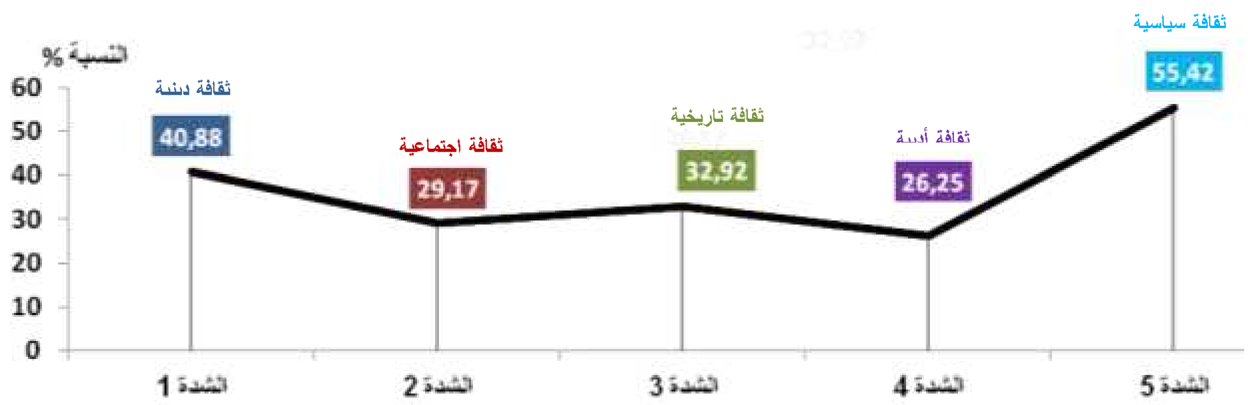
و في الأخير احتلت البرامج السياسية المركز السابع و الأخير بنسبة 27.50 % و بتكرار (66) مرة و تعد هذه البرامج من أجل تزويد المستمع بالأخبار و الحوارات و المقابلات المهمة حتى تجعله على معرفة و دراية بما يجري من حوله (محليا، وطنيا، دوليا) ، كما تساعده على اتخاذ قراراته المختلفة في كل العمليات السياسية ابتداء من المشاركة في تسيير شؤون الحي إلى المشاركة في رسم السياسة العليا للبلاد.

إن ما يدعو للتساؤل في هذا الجدول، هو ترتيب الصنفين الأخيرين "صنف الاقتصاد" و "صنف السياسة" من حيث شدة الاهتمام و الحرص على المتابعة حيث وردا في ذيل الترتيب ما يوحي مبدئيا بعدم الثقة في محتوى هذه البرامج من جهة و من جهة أخرى تدني الوضع الاقتصادي العام في المجتمع الجزائري و تدهور التجربة الديمقراطية التي مر بها المجتمع الجزائري جعلت المستمع ينفر من هذا النوع من البرامج على اعتبار أنها امتداد لمؤسسات أثبتت إفلاسها و أصبحت لا تحظى بثقة الجمهور و هذا بالفعل ما لمسناه من خلال مقابلاتنا مع المبحوثين.

[1] ابراهيم امام، مرجع سابق، ص،ص . 74

الجدول رقم (70) : ترتيب أنواع البرامج الثقافية حسب أفضليتها عند العينة.

الشدة / البرامج	1		2		3		4		5		المجموع	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
ثقافة دينية	**98**	**40,88**	71	29,58	36	15	25	10,42	10	4,17	240	100
ثقافة اجتماعية	69	28,75	**70**	**29,17**	52	21,67	31	12,92	18	7,50	240	100
ثقافة تاريخية	22	9,17	40	16,67	**79**	**32,92**	62	25,83	37	15,42	240	100
ثقافة أدبية	33	13,75	44	18,33	56	23,33	**63**	**26,25**	44	18,33	240	100
ثقافة سياسية	16	6,67	16	6,67	34	14,17	41	17,08	**133**	**55,42**	240	100



الشكل (77)

ترتيب أنواع البرامج الثقافية حسب أفضليتها عند العينة.

في هذا الجدول أردنا أن نتعمق في صنف "البرامج الثقافية" بغية معرفة كيف تساهم الإذاعة المحلية كوسيلة جماهيرية في ترسيخ فكرة التنوع الثقافي على اعتبار أن مفهوم الثقافة الجماهيرية يشير إلى الإنتاج الثقافي الذي يقدم إلى الجمهور عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية، و أن وسائل الإعلام هي الناقل الأساسي للثقافة[1] فوجدنا البيانات الإحصائية تشير إلى أن هناك خمسة أبعاد ثقافية بالنسبة لهذا الصنف و قد رتبناها حسب أفضليتها بالنسبة للمستمع (عينة البحث) بمعيار الشد من (1) إلى (5) مع العلم أن الشدة (1) هي الأقوى و (5) هي الأضعف، لقد أسفرت المعالجة الإحصائية عن مايلي:

- تموقع بعد الثقافة الدينية في المركز الأول بنسبة 40.88 % و بتكرار (98) مرة من إجمالي التكرارات (240).

- تمركز بعد الثقافة الاجتماعية في المركز الثاني، بنسبة 29.17 % و بتكرار (70) مرة من إجمالي التكرارات (240).

- احتلال بعد "الثقافة التاريخية" المركز الثالث بنسبة 32.92 % و بتكرار (79) مرة من إجمالي التكرارات (240).

- تموقع بعد "الثقافة الأدبية" في احتل المركز الرابع بنسبة 26.25 % و بتكرر (63) مرة من إجمالي التكرارات (240).

- تأخر بعد "الثقافة السياسية" إلى المركز الخامس و الأخير بنسبة 55.42 % و بتكرار (133) مرة من إجمالي التكرارات (240).

ما يمكن استخلاصه من هذا الجدول أن هذه الأبعاد مجتمعة و منصهرة يمكن أن تشكل أبعاد الشخصية الجزائرية من الناحية الثقافية، و عليه نلاحظ هيمنة الثقافة الدينية و تفضيلها من طرف المستمع (أفراد عينة البحث) إذ تتمثل الثقافة الدينية في الإذاعة المحلية عادة في برامج تعرف بالدين الإسلامي و تعاليمه و تعرف الإنسان بربه على أسس و أساليب صحيحة ، و لكن هناك حقيقة سوسيولوجية أخرى يجب الإشارة إليها في هذا المجال و هي كيف لهذا الصنف أن يحتل المرتبة الأولى دون منازع مع الأبعاد الأخرى ؟ هل هو نتاج وعي فكري مجتمعي لظاهرة الدين؟ أم انه نتاج لتجربة المغامرة المأساوية التي خاضها المجتمع الجزائري في سنوات التسعينيات؟ التجربة التي أدت إلى هيمنة و سيطرة "الخطاب الديني" حتى في شكله المؤسساتي الذي امتد إلى جميع الأجهزة بما فيها الإعلام و الاتصال و التي ساهمت في نموه بقوة و سرعة، فالبرجوع إلى السياق التاريخي للجزائر ،فقد منحت القطاعات و الأجهزة السياسية الأيديولوجية للدولة في التسيير للنخب المثقفة و شبه المثقفة المعربة مثل الحزب و المنظمات الجماهيرية ، وزارات التربية ، العدل و الشؤون الدينية و جزء من الإعلام الرسمي ، في حين أن الإدارة و القطاعات الإقتصادية و كل ما له علاقة بالمؤسسة الصناعية و التصنيع و التنمية منح للمثقف المفرنس.[2]

[1] علي عجوة، الاعلام و قضايا التنمية،الطبعة الرابعة، عالم الكتب، القاهرة، ،2004، ص. 155
[2] عبد الناصر جابي، مرجع سابق ،ص.68.

كذلك نجد بعد "الثقافة الاجتماعية" الذي يحتل مركزا رياديا (المركز الثاني) ما يعكس انشغال وسائل الإعلام خاصة الإذاعة المحلية بالجانب الاجتماعي للمواطن بغية الأخذ بيده و طرح انشغالاته، إذ تعد الإذاعة المحلية أحسن وسيلة للتعبير عن قضايا الجهة التي تستثمر فيها جهودها حتى يستطيع المواطنون التعبير و المشاركة و تأكيد الذات و تخطي العقبات التي تعترضهم ، و على عكس ما هو شائع، و حسب ما تؤكده الدراسة فان بعد "الثقافة التاريخية" قد احتل المركز الثالث، فرغم أنه مشرع له من ناحية الخطاب المؤسساتي بوصف وسائل الإعلام هي الحامل الشرعي لأيديولوجية أي دولة ، فانطلاقا من هذا البعد و عن طريقه رسمت الدولة الجزائرية خطابا أيديولوجيا مشبعا هيكلته لفترة طويلة و جسدته في مختلف الميادين نذكر خاصة منها الإعلام بمختلف أنواعه ،قطاع التربية،قطاع الرياضة، الحقل الديني، مع العلم أن جميع الدول تستثمر نصيبا(عقلانيا) معتبرا في تاريخها لخدمة الخطابات الأيديولوجية و تكون متمحورة حول البعد التاريخي و الذاكرة لذلك البلد فلكل بلد مخيال تاريخي تساهم وسائل الإعلام في بناءه.

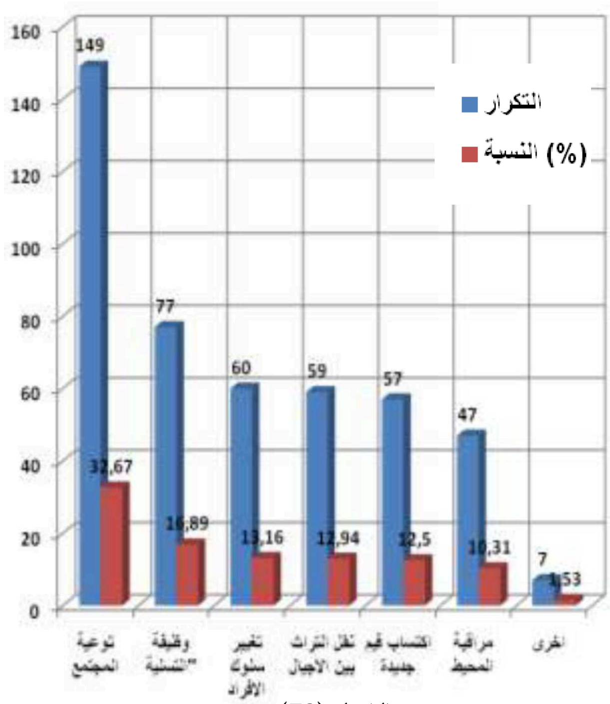
أما بعد "الثقافة الأدبية" فنجده قد احتل المرتبة الرابعة بنسبة 26.25 % و قد تقدم على بعد "الثقافة السياسية" من حيث درجة الأفضلية، و كما نعلم أنه إلى وقت بعيد كان الأدب الجزائري مهيكل و مشبع في اتجاه خدمة أيديولوجية الدولة في غالبيته ماعدا بعض المحاولات التي كانت تخندق في إطار التيار المعادي "للمصلحة الوطنية" في هذا الضدد يعد الحقل الثقافي في الجزائر تابعا و هامشيا و مفعولا به و ليس فاعلا في المجتمع ، و قد لعب الإعلام الثقافي دورا مهما في إبراز ما يسمى "الأدب الوطني".

فيما يخص بعد "الثقافة السياسية" فكان مرتبا من حيث الأفضلية في المرتبة الأخير، و هذا لا يعني أنه لا يؤثر في الأبعاد الأخرى بل إنه أهم مؤثر و أي طارئ على مستوى هذا البعد يغير في جميع الأبعاد الأخرى إلا أن ترتيبه في الأخير له دلالة سوسيولوجية مهمة مفادها أن المعطى السياسي بالنسبة للمواطن أصبح محل شك و ريب بحيث أن العلاقة مع هذا الأخير تزعزعت و تقهقرت إلى مستويات دنيا ، و ترجع نقطة الانعطاف في هذه القضية إلى التجربة الديمقراطية العسيرة و التي مر بها المجتمع الجزائري و ما تمخض عنها من إفرازات(أزمات) سياسية و اجتماعية و اقتصادية و سياسية كادت أن تحطم كيان الدولة الجزائرية والتي كان أكبر خاسر فيها هو المواطن.

الجدول رقم (71) : الوظائف الأساسية للإذاعة المحلية حسب عينة البحث.

الوظائف	التكرار	النسبة (%)
توعية المجتمع	149	32,67
وظيفة "التسلية	77	16,89
تغيير سلوك الأفراد	60	13,16
نقل التراث بين الأجيال	59	12,94
اكتساب قيم جديدة	57	12,50
مراقبة المحيط	47	10,31
أخرى تذكر	7	1,53
المجموع الكلي للإجابات (*)	456	100

(*) يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (78)

الوظائف الاساسية للاذاعة المحلية حسب عينة البحث.

نجد من خلال الجدول رقم (71) أن الوظائف لا تخرج عن الوظائف الكلاسيكية لوسائل الاتصال و الإعلام التي حددها العلماء في هذا المجال، حيث نجد في مقدمتها وظيفة توعية المجتمع بنسبة 32.67 % و بتكرار (149 مرة من مجموع التكرارات المقدرة بـــ 456)، و قد احتلت هذه الوظيفة المركز الأول حسب أفراد عينة البحث لما لها من أهمية بالغة في حياة المجتمعات خاصة إذا علمنا أن نسبة الشباب (حسب عينة البحث) مرتفعة و بالتالي فهؤلاء يحتاجون دائما إلى معونة لتخطي المشكلات و الصعاب التي تعترضهم و لعل أحسن وسيلة تعينهم على ذلك هي الإذاعة المحلية، بالإضافة إلى ذلك فهي تقوم بدور الكاشف عن الآفات و المنذر لها، فمن خلال مقابلاتنا مع المبحوثين أحسسنا بأنهم يعطون الإذاعة المحلية دورا يشبه إلى حد ما دور الأسرة في مجال التوعية، هذا ما يؤكد على الدور التربوي لوسائل الإعلام.

و قد احتلت وظيفة "التسلية و الترفيه" المركز الثاني من بين الوظائف الأخرى بنسبة 16.89 % و بتكرار (77 مرة من مجموع التكرارات المقدرة بــ 456) و يعتبر هذا المركز في نظرنا معتبر جدا مقارنة بوظائف أخرى، هذا إن دل فإنما يدل عن أهمية هذه الوظيفة بالنسبة للمستمع ، حيث أن الإذاعة المحلية تساعد جمهورها المحلي على تمضية وقت الفراغ بطرق مفيدة، حيث تعمل على جذب أكبر عدد من المستمعين عن طريق خلق مواد إعلامية جديدة تعمل على إثارة اهتمامهم مثل الألعاب و القصص المسلية، المسرحيات...الخ. و ربما يكمن الخطر في هذه الوظيفة إذا كان مضمون البرامج هابطا يؤثر في الذوق الجماهيري.

أما الوظيفة الثالثة المنوطة بالإذاعة المحلية فهي حسب أفراد عينة البحث "تغيير سلوك الأفراد"، حيث قدرت نسبتها بــ13.16 % و بتكرار (60 مرة من مجموع التكرارات المقدرة بــ 456)، فرغم الفرق الواضح بين الوظيفتين من حيث التقدير و الأهمية إلا أن المبحوثين أوكلوا مهمة تغيير السلوك إلى الإذاعة المحلية في جميع المجالات سواء الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية،...الخ. في هذا الإطار لا نستطيع أن ننكر فضل الإذاعة (الراديو) في مجال تطبيق برامج الأسرة، البرامج الزراعية، السياسة و الاقتصادية و ما أحدثته من تغيرات في مستوى الواقع الاجتماعي للأفراد.

فيما يخص الوظيفة الرابعة بالنسبة للإذاعة المحلية فهي "نقل التراث بين الأجيال" و هي تعبير مباشر على أن الإذاعة المحلية هي ضامن و ناقل و خزان للرصيد الثقافي و التراثي بالنسبة للمجتمع بصفة عامة و للمجتمع المحلي بصفة خاصة. إن وسائل الإعلام المحلية تصنع علاقات وثيقة بين المجتمع المحلي و الثقافة المحلية بتطرقها لمختلف جوانب الحياة الثقافية و الاجتماعية لهذا المجتمع المحلي، و لاشك أن قيام الإذاعة المحلية بنشر مظاهر الثقافة الشعبية التي تنطوي على أنماط السلوك و تركيزها على النظام القيمي و التراث الشفهي و المادي يعد أحد أهم الميكانيزمات البالغة في التماسك و التكامل التي تقف في وجه "الاختراق المركزي" الذي يرمي (بطريقة واعية أو لا واعية) إلى خلق التشابه بين أفراد المجتمع الواحد.

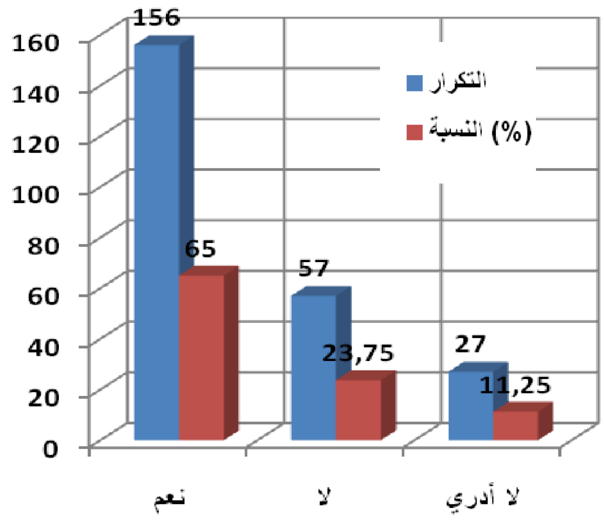
بالنسبة للوظيفة الخامسة التي تم استخراجها من إجابات عينة البحث فكانت كالأتي: تساعد الإذاعة المحلية في "اكتساب قيم جديدة" بنسبة 12.50 % و بتكرار (57 مرة من مجموع التكرارات المقدرة بــ 456)، إذ لا نشك أبدا في قدرة وسائل الإعلام و الاتصال بصفة عامة على تلقين المجتمعات قيما جديدة تتماشى و قيم المجتمعات الأخرى، إذ أصبح العالم كقرية صغيرة متصلة تتنقل فيها القيم و المعايير بطريقة حرة (نسبيا) عبر وسائل الإعلام و في بعض الأحيان تشكل وسائل الإعلام ذاتها مصفاة لمختلف القيم الواردة فتحاول غربلتها ثم تعمل على نشرها داخل المجتمع و عادة ما يكون دور الإذاعة المحلية في هذا المجال هو إعادة صقل و التنقيب في قيم قديمة للمجتمع المحلي و إعادة إحياءها و إعطائها طابع يتماشى و الحاضر أي الارتباط بالأصل و الماضي الأصيل و محاولة أقلمته مع المعطيات الحديثة.

في حين احتلت وظيفة "مراقبة المحيط" المركز السادس بنسبة 10.31 % و بتكرار (47 مرة من مجموع التكرارات المقدرة بــ 456) و تكون مراقبة المحيط و البيئة بنقل الآراء و الأخبار المتصلة بالجهة أو المنطقة التي تستثمر فيها الإذاعة المحلية جهودها، و يجب أن تكون المعالجة الإخبارية في هذا المقام في مستوى تطلعات الجمهور المتلقي، تهم المواطنين و تخدم انشغالات الجهة أولا و في الوقت نفسه أن تكون هناك أيضا معلومات و أخبار حول أحداث هامة مرتبطة بالوضع العام إجمالا، أي خلق علاقة تكاملية بين ما هو محلي و ما هو وطني.

و في الأخير اقترح أفراد عينة البحث بعض الوظائف المنوطة بالإذاعة المحلية في صنف "أخرى تذكر" بنسبة 1.53 % و بتكرار (7 مرات من مجموع التكرارات المقدرة بــ 456) .

الجدول رقم (72) : مساهمة الإذاعة المحلية في نشر اللهجات المحلية حسب عينة البحث.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	156	65
لا	57	23,75
لا أدري	27	11,25
المجموع	240	100



الشكل (79)
مساهمة الاذاعة المحلية في نشر اللهجات المحلية حسب عينة البحث.

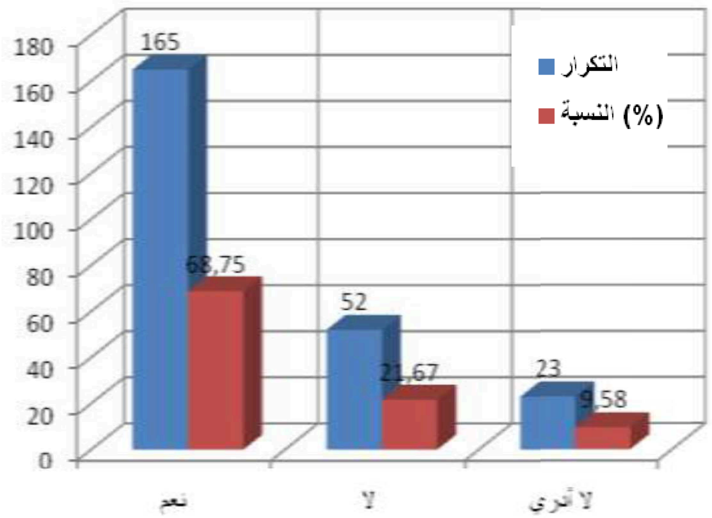
لقد أكدت نسبة 65 % من إجمالي عينة البحث و بتكرار (156 مرة من مجموع التكرارات المقدرة بـــ 240) بأن الإذاعة المحلية تساهم بشكل فعال في نشر اللهجات المحلية الخاصة بالمنطقة التي تستثمر فيها جهودها، فاللهجة تعد إلى جانب اللغة إحدى آليات الحفاظ على الثقافة المحلية و نشرها و استمرارها إلى جانب أنها تعد أحد مقومات الشخصية بمفهومها الثقافي الواسع، و ربما كان أحد أسباب تحرير الحقل الإعلامي في مجال الإذاعات المحلية بالذات في الجزائر هو الاعتراف الصريح من طرف مؤسسات الدولة بعدم توحيد السوق اللغوي و بالتالي الإقرار بوجود تنوع ثقافي داخل المجتمع الجزائري ، و لطالما كان هذا المطلب مطموسا لفترة طويلة (1962-1988) فحتى بعد أحداث اكتوبر1988 التي تعتبر نقطة انعطاف ومنعرجا حاسما في تاريخ الجزائر السياسي، أخذ النظام السياسي مسارا مختلفا عن المسار القديم خاصة من حيث الشكل سواء في تعدد الأحزاب أو انتخابات تعددية أو إعلامية، لكن على مستوى الممارسة بقيت مؤشرات الانفتاح الديمقراطي الحقيقي ضعيفة إذ أصبح النظام يقر بالديمقراطية التعددية و لو شكليا و يعترف بالتعددية السياسية و الإعلامية إلا أن هذه الأخيرة لا يمكن أن تحمل معنى إلا إذا كانت حرية الإعلام صورة لها بمعنى أن تكون هناك تعددية إعلامية تتضمن تعددية لغوية (تنوع اللهجات) و تعددية قانونية.

بينما نفت نسبة 23.75 % من مجتمع البحث و بتكرار (57 مرة من مجموع التكرارات المقدرة بـــ 240) مساهمة الإذاعة المحلية في نشر اللهجات المحلية، و ربما كانت هذه النظرة مبنية على أساس سلبي لفكرة التنوع الثقافي داخل المجتمع الواحد على اعتبار أن "المعطي المركزي" لا يجب أن يخترق من طرف "المعطي المحلي" خاصة في المستوى الثقافي وإلا شكل خطرا على الوحدة الوطنية فهذه النظرة تعتبر قاصرة لأنها تنطلق من المعطى الأمني لا الثقافي إذ يجب أن نتصور العلاقة بين هذين المعطيين على أنها علاقة تكاملية و ليست تنافسية فإذا أوجدت الإذاعة المحلية رابطة متينة بين المعطيات الثقافية و الوطن الأم فذلك أسمى هدف تحققه.

فيما ترددت نسبة 11.25 % من إجمالي عينة البحث و بتكرار (27 مرة من مجموع التكرارات المقدرة بـــ 240) و تحفظت عن هذه المساهمة، و يمكن أن تعتبر هذه النسبة من الناحية السوسيولوجية لازالت في مرحلة تريث و تحاول أن تحدد لنفسها موقعا ضمن الجدل الثقافي في الساحة الجزائرية، و يبقى هنا عمل الإذاعة المحلية جوهري و جبار في هذا الاتجاه سعيا منها لاستقطاب و اقناع هذه الفئة.

الجدول رقم (73) : مدى انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	165	68,75
لا	52	21,67
لا أدري	23	9,58
المجموع	240	100



الشكل (80)

مدى انعكاس الابعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الاذاعة المحلية.

لقد دلت البيانات الإحصائية فيما يخص انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية على أن 68.75 % من أفراد عينة البحث و بتكرار (165 مرة من إجمالي التكرارات المقدرة بـــ 240) أقروا بأن الأبعاد الثقافية المحلية ممثلة من خلال برامج الإذاعة المحلية، و أن هذه البرامج تلبي رغبتهم الثقافية خاصة في جانبها المحلي، إذ أن أي جماعة صغيرة أو كبيرة تريد أن تشبع حاجتها الثقافية المحلية ثم تنتقل إلى ما أشمل .

بينما نفت نسبة 21.67 % من إجمالي أفراد العينة و بتكرار (52 مرة من إجمالي التكرارات المقدرة بـــ 240) انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال البرامج المذاعة محليا و بالتالي فهي تقدم "البعد المركزي" على "البعد المحلي" في نظرتها الإستراتيجية للإعلام ، إلا انه و حسب اعتقادنا –و اعتقاد الكثير– أن الثقافة الوطنية لا تكون متينة و ليست مبنية على أساس سليم إلا إذا كانت ممثلة لجميع أطياف الثقافة المحلية حتى يستطيع المجتمع الحفاظ على استقراره و توازنه.

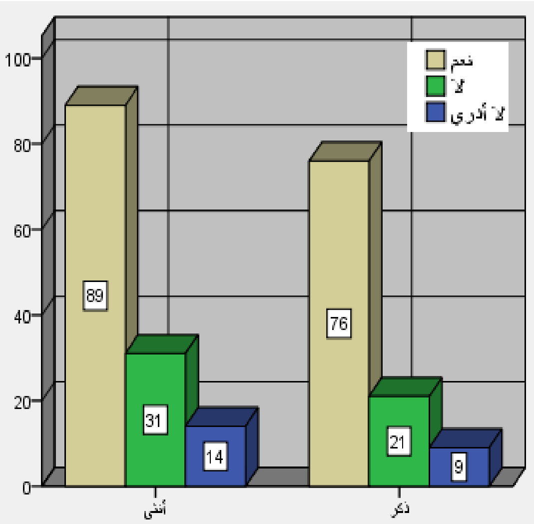
في حين تحفظت نسبة 9.58 % على الإجابة و بتكرار (23 مرة من إجمالي التكرارات المقدرة بـــ 240) ، و لم تبدي رأيها في هذه القضية إما لأنها لا تبالي بالقضية أصلا، أو لأنها في مرحلة "خمول اتصالي" أي أنها في مرحلة و تقييم للتجربة الإعلامية في مجال الإذاعات المحلية.

أما إذا انتقلنا إلى مقارنة الجدول رقم (73) الخاص بمدى انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية مع الجدول رقم (64) الخاص بمدى انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة الوطنية نجد التباين واضحا في الإجابات حيث أن الجدول رقم (64) يقر بصراحة من خلال إجابات المبحوثين بان الإذاعة المركزية لا تستطيع أن تلبي هذه المطالب و لا تستطيع تمثيل كل الأطياف و الأذواق المحلية، و كانت نسبة النافون تتعدى نصف العينة 55.83 % بينما بلغت نسبة المؤيدون 23.83 % من إجمالي أفراد العينة.

في حين بلغت نسبة المؤيدين للإذاعة المحلية في هذا المجال 68.75 % من إجمالي أفراد العينة، و نسبة النافون 21.67 % ، إن الدليل الدامغ في هذه المقارنة هو نسبة التردد في الإجابات حيث بلغت ذروتها في الجدول رقم (64) بمقدار 23.33 % من مجتمع البحث بينما تقلصت إلى 9.58 % من إجمالي عينة البحث في الجدول رقم (73)، إذ يعبر الفرق الشاسع بين النسبتين عن حسم عينة الدراسة لدور الإذاعة المحلية في مجال نشر أبعاد الثقافة المحلية و إعطائها دور الريادة في هذا المجال على غرار الإذاعة المركزية.

الجدول رقم (74) : علاقة توزيع جنس العينة بمتغير مدى انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية.

الاحتمالات / الجنس		نعم	لا	لا أدري	المجموع
أنثى	التكرار	89	31	14	134
	النسبة (%)	53,94	59,62	60,87	55,83
ذكر	التكرار	76	21	9	106
	النسبة (%)	46,06	40,38	39,13	44,17
المجموع	التكرار	165	52	23	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (81)

علاقة توزيع جنس العينة بمتغير مدى انعكاس الابعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الاذاعة المحلية.

نجد من خلال الجدول رقم (74) أن الإناث تؤدين الرأي القائل بأن الإذاعة المحلية تعكس الأبعاد الثقافية من خلال برامجها أكبر من الذكور و ذلك بنسبة 53.94 % مقابل 46.06 % أي بتكرار (89) حالة مقابل (76) حالة من مجموع الحالات البالغ عددها (165) حالة.

فيما يخص نسبة النفي فقد تمركزت عند الإناث بنسبة 59.62 % مقابل 40.38 % عند الذكور و بتكرار (31) حالة مقابل (21) حالة من مجموع الحالات البالغ عددها (52) حالة.

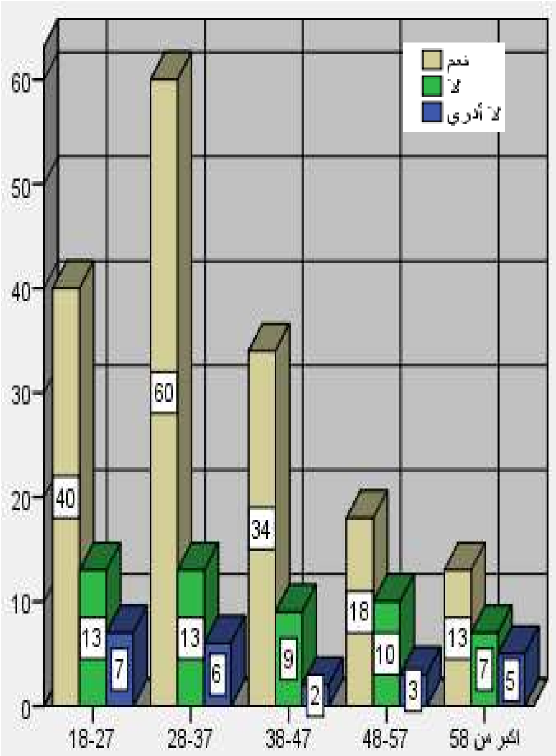
بالنسبة لفئة "لا ادري" فقد كان التردد واضحا عند فئة الإناث بنسبة 60.87 % مقابل 39.13 % عند الذكور و بتكرار (14) حالة مقابل (9) حالات من مجموع الحالات البالغ عددها (23) حالة.

إن ما يمكن استخلاصه أن فئة الإناث أكثر ترددا في أن الإذاعة المحلية تعكس الأبعاد الثقافية من خلال برامجها و أن لها القدرة الكاملة في نشر الأبعاد الفسيفسائية لهذه الثقافة ، بينما كان الذكور أكثر تأييدا لهذا الدور.

الجدول رقم (75) : علاقة متغير السن لافراد العينة مع متغير انعكاس الابعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية.

السن	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
27-18	التكرار	40	13	7	60
	النسبة (%)	24,24	25	30,43	25
37-28	التكرار	60	13	6	79
	النسبة (%)	36,36	25	26,09	32,92
47-38	التكرار	34	9	2	45
	النسبة (%)	20,61	17,31	8,70	18,75
57-48	التكرار	18	10	3	31
	النسبة (%)	10,91	19,23	13,04	12,92
اكبر من 58	التكرار	13	7	5	25
	النسبة (%)	7,88	13,46	21,74	10,42
المجموع	التكرار	165	52	23	240
	النسبة (%)	100	100	100	100

و



الشكل (82)

علاقة متغير السن مع متغير انعكاس الابعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية.

- بالنسبة لفئة(18-27) سنة: كانت فيها نسبة التردد هي الغالبة بـــ30.43 % بتكرار (7) حالات من أصل (23) حالة، تليها نسبة النفي بـــ25 % و بتكرار (13) حالة من أصل (52) حالة، ثم نسبة المؤيدين بـــ24.24 % و بتكرار (40) حالة من أصل (165) حالة.

- أما فئة(28-37) سنة : فقد رأى 36.36 % و بتكرار (60) حالة من أصل (165) حالة بأن الإذاعة المحلية تعكس الأبعاد الثقافية المحلية، بينما تردد 26.09 % و بتكرار (6) حالات من أصل (23) حالة حول هذه القضية، بينما نفت نسبة 25 % و بتكرار (13) حالة من أصل (52) حالة ،أن تعكس برامج الإذاعة المحلية.

- فئة(38-47) سنة: قد أكدت نسبة 20.61 % و بتكرار (34) حالة من مجموع الحالات البالغ عددها (165) حالة أن برامج الإذاعة المحلية تعكس الأبعاد الثقافية المحلية، فيما نفت نسبة 17.31 % و بتكرار (9) حالات من أصل (52) حالة ذلك، في حين ترددت نسبة 8.70 % و بتكرار حالتين من أصل (23) حالة ذلك.

- فيما يخص فئة(48-57) سنة: فقد كانت فيها الغلبة للذين نفوا بأن برامج الإذاعة المحلية بإمكانها أن تعكس الأبعاد الثقافية المحلية بنسبة 19.23 % و بتكرار (10) حالات من أصل (52) حالة حول ذلك. فيما أبدت نسبة 10.91 % و بتكرار (18) حالة من مجموع الحالات البالغ عددها (165) حالة فكرة أن برامج الإذاعة المحلية بإمكانها أن تعكس الأبعاد الثقافية المحلية فيما ترددت نسبة 13.04 % و بتكرار (3) حالات من اصل (23) حالة.

- في الأخير بالنسبة لفئة أكبر من 58 سنة: فقد ساد فيها انطباع التردد و الشك بنسبة 21.74 % و بتكرار (5) حالات من أصل (23) حالة، ثم نفت نسبة 13.46 % و بتكرار (7) حالات من مجموع (52) حالة فكرة أن برامج الإذاعة المحلية باستطاعتها أن تعكس الأبعاد الثقافية المحلية، و اخيرا أبدت نسبة 7.88 % و بتكرار (13) حالة من مجموع (165) حالة ذلك.

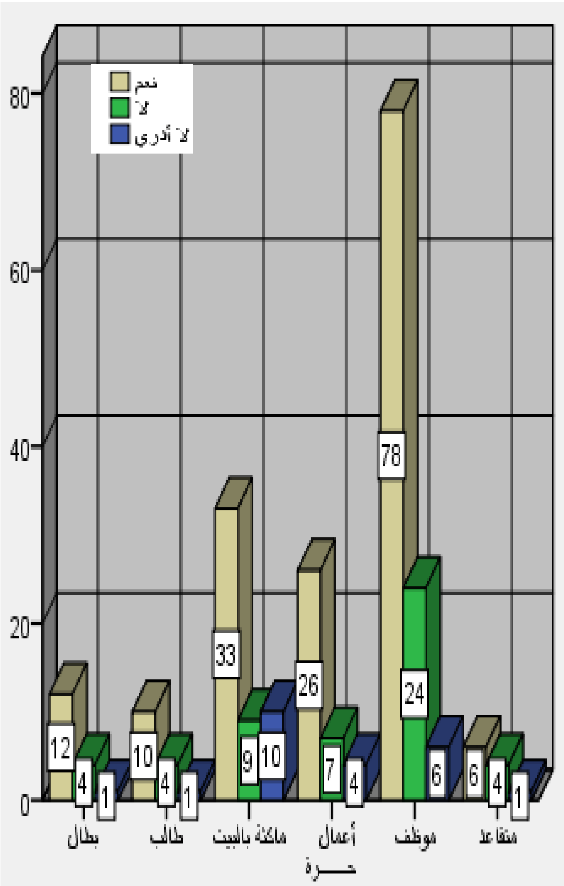
على ضوء هذه البيانات الإحصائية نجد أن الأفراد الذين يعتقدون في أن برامج الإذاعة المحلية لها القدرة على أن تعكس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامجها هم من فئة الشباب و بالضبط فئة (28-37) سنة، و فئة(18-27) سنة، أما فيما يخص الفئة التي لا تعتقد في ذلك فقد كانت متمركزة بالتساوي في الفئتين السابقتين و كانت حالات التردد في الفئات(18-27) سنة و أكبر من 58 سنة.

من الواضح أن فكرة انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية مستقرة عند المبحوثين، خاصة منهم الشباب و هذا واضح من التحليل حيث نجد أن فكرة انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية تحتل المركز الأول عند الثلاث فئات الأولى (الجدول رقم 75).

و تحتل المركز الثالث في الفئتين العمريتين الأخيرتين و من هنا يتضح انه كلما ارتفع السن كلما كان الاعتقاد ضعيف في إمكانية الإذاعة المحلية من حيث عكسها للأبعاد الثقافية المحلية.

الجدول رقم (76) : مهنة المبحوثين و كيفية تصورهم لانعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية.

المهنة	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
بطال	التكرار	12	4	1	17
	النسبة (%)	7,27	7,69	4,35	7,08
طالب	التكرار	10	4	1	15
	النسبة (%)	6,06	7,69	4,35	6,25
ماكثة في البيت	التكرار	33	9	10	52
	النسبة (%)	20	17,31	43,48	21,67
أعمال حـــــرة	التكرار	26	7	4	37
	النسبة (%)	15,76	13,46	17,39	15,42
موظف	التكرار	78	24	6	108
	النسبة (%)	47,27	46,15	26,09	45
متقاعد	التكرار	6	4	1	11
	النسبة (%)	3,64	7,69	4,35	4,58
المجموع	التكرار	165	52	23	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (83)
مهنة المبحوثين و كيفية تصورهم لانعكاس الابعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الاذاعة المحلية.

– بالنسبة لفئة البطالين: كانت نسبة النفي لفكرة أن برامج الإذاعة المحلية بإمكانها أن تعكس الأبعاد الثقافية المحلية في المركز الأول 7.69 % و بتكرار (4) حالات من مجموع (52) حالة، تليها نسبة تأييد الفكرة بـــ7.27 % و بتكرار (12) حالة من أصل (165) حالة، ثم يأتي التردد في المركز الثالث بنسبة 4.35 % و بتكرار حالة واحدة من أصل (23) حالة.

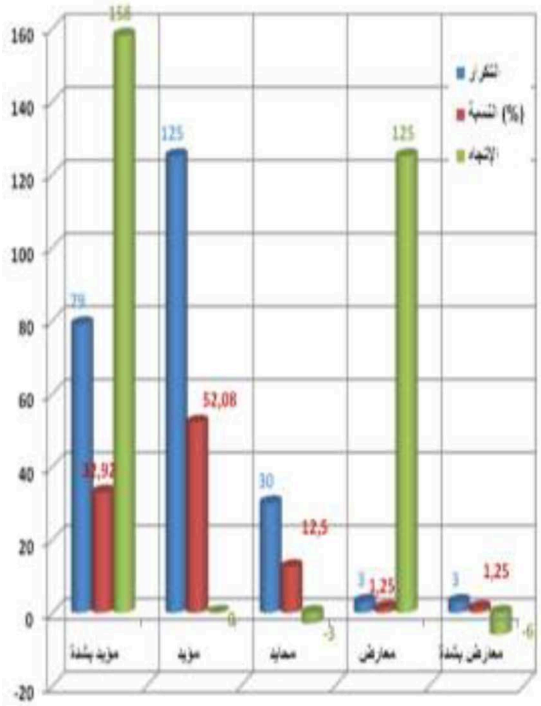
– بالنسبة لفئة الطلبة: كانت نسبة النفي لإمكانية أن تعكس برامج الإذاعة المحلية الأبعاد الثقافية المحلية في المركز الأول بـــ 7.69 % و بتكرار (4) حالات من مجموع (52) حالة، تليها نسبة تأييد الفكرة بـــ6.06 % و بتكرار (10) حالات من أصل (165) حالة، ثم يأتي التردد في المركز الثالث بنسبة 4.35 % و بتكرار حالة واحدة من أصل (23) حالة.

- بالنسبة لفئة الماكثات في البيت: قد احتلت نسبة المترددات بعبارة "لا ادري" المركز الأول بـــ43.48 % و بتكرار (10) حالات من أصل (23) حالة، و احتلت نسبة التأييد المركز الثاني بنسبة 20 % و بتكرار (33) حالة من بين (165) حالة، و في الأخير نفت نسبة 17.31 % فكرة أن برامج الإذاعة المحلية باستطاعتها أن تعكس الأبعاد الثقافية المحلية و بتكرار (9) حالات من بين (52) حالة.
- بالنسبة لفئة الأعمال الحرة: كان التردد سمة الموقف (المركز الأول) بنسبة 17.39 % و بتكرر (4) حالات من بين (23) حالة، يليه التأييد بنسبة 15.76 % و بتكرار (26) حالة من أصل (165) حالة ، ثم النفي بنسبة 13.46 % و بتكرر (7) حالات من إجمالي (52)حالة.
- بالنسبة لفئة الموظفين: أكدت نسبة 47.27 % على أن برامج الإذاعة المحلية بإمكانها أن تعكس اطياف الثقافة المحلية ما يعادل (78) حالة من مجموع (165) حالة، بينما نفت نسبة 46.15 % من الموظفين هذه الخاصية أي بتكرار (24) حالة من بين (52) حالة، فيما ترددت نسبة 26.09 وبتكرار (06) حالات أصل (23) حالة حوا هذه القضية.
- بالنسبة لفئة المتقاعدين: نفت نسبة 7.69 % و بتكرار (4) حالات من بين (52) حالة أن الإذاعة المحلية بإمكانها عكس مختلف الأبعاد الثقافية عبر برامجها، فيما ترددت نسبة 4.35 % و بتكرار حالة واحدة من أصل (23) حالة حول هذه الفكرة، بينما أكدت نسبة 3.64 % و بتكرار (6) حالات من بين (165) حالة أن برامج الإذاعة المحلية بإمكانها القيام بهذا الدور.

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (76) بأن هناك حالة من عدم الاستقرار حول هذه الفكرة بمعيار الفئة المهنية، بحيث نجد أن هذه الأخيرة تحتل المركز الأول من حيث التأييد عند فئة الموظفين و نجدها تحتل المركز الثاني عند فئة البطالين، الطلبة، الماكثات في البيت و الأعمال الحرة، و في المقابل نجد نفس الفكرة تحتل المركز الأول من حيث التردد بعبارة "لا ادري" عند فئة الماكثات في البيت، و فئة الأعمال الحرة، و احتلت المراكز المتأخرة عند فئة البطالين، الطلبة، المتقاعدين، و بينما احتلت نفس الفكرة المركز الأول بمعيار النفي عند البطالين و الطلبة و المتقاعدين و هذا دليل قاطع على اختلاف المواقف عند ربطها بمهنة المبحوثين.

الجدول رقم (77) : مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن.

الرأي	التكرار	النسبة (%)	القيمة x التكرار	الاتجاه
مؤيد بشدة	79	32,92	(79) x (2+)	158+
مؤيد	125	52,08	(30) x (0)	0
محايد	30	12,50	(3) x (1-)	3-
معارض	3	1,25	(125) x (1+)	125+
معارض بشدة	3	1,25	(3) x (2-)	6-
المجموع	240	100	274+	274+



الشكل (84)

مساهمة الاذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن.

.

يحيلنا التحليل الإحصائي للجدول رقم (77) بخصوص مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن إلى أن:

– نسبة 52.08 % أي بتكرار (125) مبحوث يقرون بأنهم مؤيدون على أن الإذاعة المحلية تساهم بشكل أو بآخر في خلق رابطة الانتماء إلى الوطن الأم و كذا تعزيزها.

– نسبة 32.92 % من المبحوثين (المستمعين) أي بعدد (79) مفردة من عينة البحث قد كانت إجاباتهم بأنهم مؤيدين بشدة، إلى أن برامج الإذاعة المحلية تساهم بشكل خلاق في توطيد العلاقات مع الوطن.

– نسبة 12.50 % أي بعدد (30) مستمع صرحوا بأنهم محايدون على أن الإذاعة المحلية هي المسؤولة عن خلق هذه الرابطة.

– نسبة 1.25 % أي بعدد (3) حالات صرحوا بأنهم معارضون لمسالة أن الإذاعة هي المسؤولة عن خلق العلاقة بين المواطن و الوطن.

– نسبة 1.25 % أي بعدد (3) مستمعين من مجموع عينة البحث ، عارضوا بشدة قضية تعزيز رابطة الانتماء من خلال الإذاعة المحلية.

لقد تم منح العبارات التالية قيما عددية للتعرف على اتجاه المستمعين في مسالة مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الإنتماء للوطن و كانت كمايلي:

مؤيد بشدة ← القيمة (+2)

مؤيد ← القيمة (+1)

محايد ← القيمة (0)

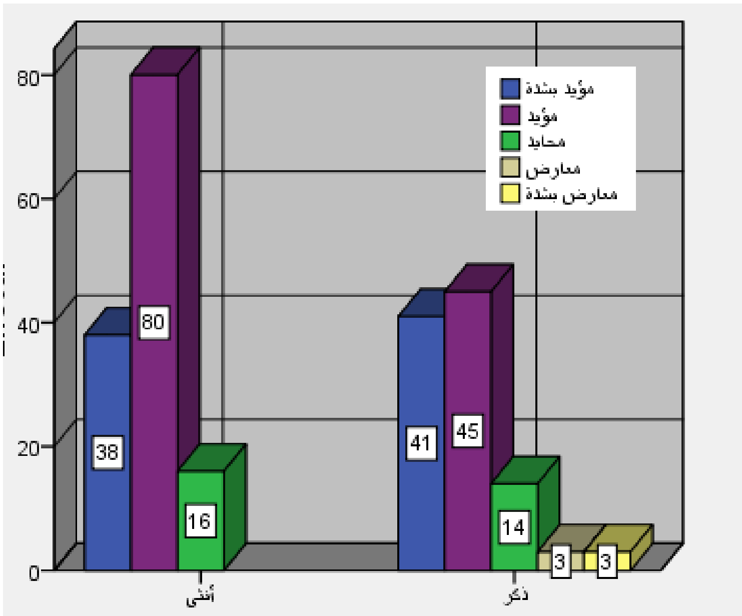
معارض ← القيمة (−1)

معارض بشدة ← القيمة (−2)

حيث نلاحظ من خلال الجدول رقم (77) بخصوص اتجاه المستمعين نحو العلاقة بين الإذاعة المحلية و رابطة الانتماء للوطن أنه كان قويا و موجبا بدرجة كبيرة جدا (+274) مما يجعلنا نجزم العلاقة القوية بين وسائل الإعلام المحلية و القيم المتعلقة بالوطن و ما للإعلام من دور في حفظ و توازن المجتمع و كما يعلم بأن وسائل الاتصال شكلت ثنائية صعبة التكسير بين الإعلام و الوطن في الجزائر لمدة طويلة.

الجدول رقم (78) : العلاقة بين متغير الجنس و متغير مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن.

الجنس \ الرأي		مؤيد بشدة	مؤيد	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
أنثى	التكرار	38	80	16	0	0	134
	النسبة(%)	48,10	64	53,33	0	0	55,83
ذكر	التكرار	41	45	14	3	3	106
	النسبة(%)	51,90	36	46,67	100	100	44,17
المجموع	التكرار	79	125	30	3	3	240
	النسبة(%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (85)
العلاقة بين متغير الجنس و متغير مساهمة الاذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن.

يوضح هذا الجدول أن نسبة الذكور فيما يخص التأييد التام كانت أعلى منها عند الإناث حيث بلغت 51.90 % أي بتكرار (41) حالة مقابل 48.10 % أي بتكرار (38) من مجموع الحالات البالغ عددها (79) حالة.

بينما بلغت نسبة التأييد ذروتها عند الإناث 64 % أي بتكرار (80) مفردة مقابل 36 % أي بتكرار (45) مفردة من مجموع المفردات البالغ عددها (125) مفردة.

أما نسبة الحياد فقدرت بـــ53.33 % أي بتكرار (16) حالة عند الإناث مقابل 46.67 % و بتكرار (14) حالة عند الذكور (من مجموع 30 حالة).

في حين لم تسجل أي حالة معارضة في فئة الإناث بينما بلغت 100 % منها عند الذكور و بتكرار (03 حالات من أصل 03 حالات).

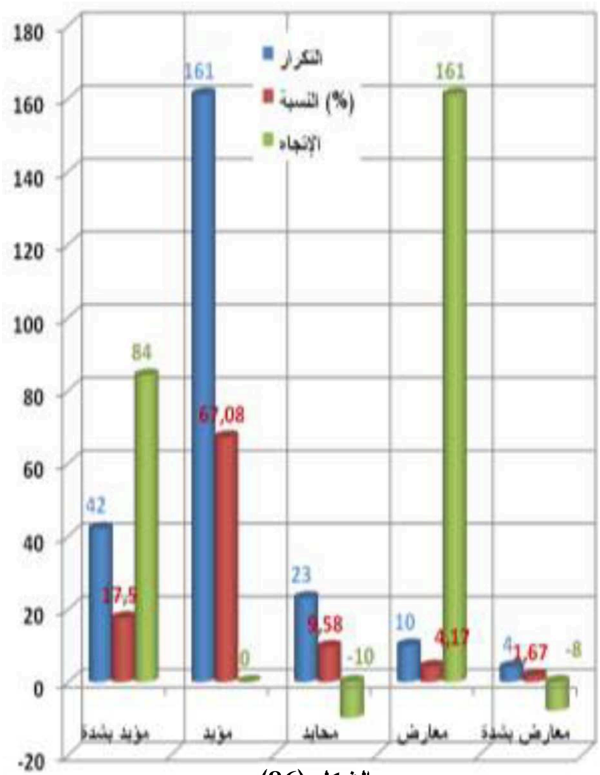
و أخيرا لم تسجل أي حالة معارضة بشدة في فئة الإناث، في حين بلغت 100 % منها عند الذكور و بتكرار (03 حالات من أصل 03 حالات).

و عليه ما يمكن استخلاصه من العلاقة بين هذين المتغيرين أن:

– فئة الذكور هي الأكثر معارضة من فئة الإناث لفكرة مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن، بينما كانت الإناث أكثر تأييدا من الذكور في مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن .

الجدول رقم (79) : رأي المستمعين لدور الإذاعة المحلية في إبراز الخصوصية الثقافية.

الرأي	التكرار	النسبة (%)	القيمة x التكرار	الاتجاه
مؤيد بشدة	42	17,50	(42) x (2+)	84+
مؤيد	161	67,08	(23) x (0)	0
محايد	23	9,58	(10) x (1-)	10-
معارض	10	4,17	(161) x (1+)	161+
معارض بشدة	4	1,67	(4) x (2-)	8-
المجموع	240	100	227+	227+



الشكل (86)

رأي المستمعين لدور الاذاعة المحلية في ابراز الخصوصية الثقافية.

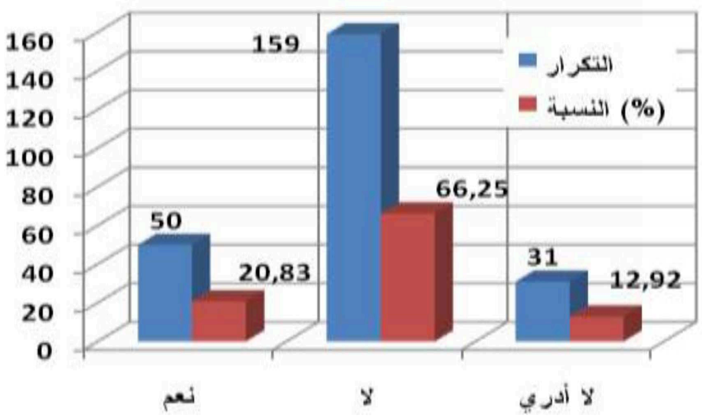
تبين معطيات الجدول الإحصائي رقم (79) بخصوص رأي المستمعين لدور الإذاعة المحلية في إبراز الخصوصية الثقافية، أن نسبة 67.08 % من المستجوبين أي (161) مفردة من مجموع عينة أفراد البحث تشير إلى أن مساهمة الإذاعة المحلية هي مساهمة فعالة و ايجابية مقارنة مع نسبة المستمعين الذين عارضوا هذه المساهمة و التي وصلت نسبتهم إلى 4.17 % و بتكرار (10) مفردات من إجمالي عينة البحث.

كما نجد أن نسبة 17.50 % من عينة البحث قد أيدوا بشدة بأن للإذاعة المحلية دورا رياديا في تحريك الساحة الثقافية المحلية و إبراز مختلف جوانبها (أنماط ثقافية، عادات، تقاليد، معتقدات، ثقافة شعبية،قيم ورموز) و التعريف بها أي بتكرار(42) حالة من مجموع الحالات، بينما تحفظت نسبة 9.58 % من عينة البحث و بتكرار (23) حالة حول فكرة إسهام الإذاعة المحلية في نشر مختلف أطياف الثقافة وابراز الخصوصية المحلية. أما فيما يخص فئة المعارضين بشدة فكانت نسبتهم 1.67 % بتكرار (04) حالات من مجموع (240) حالة و هي نسبة تبدو هامشية و دون دلالة سوسيولوجية معتبرة مقارنة بالاتجاه العام للمستجوبين

إن الاتجاه العام للمستجوبين بخصوص مدى مساهمة الإذاعة المحلية في إبراز الخصوصية الثقافية التي تستثمر فيها جهودها كان مجسدا في نتيجة الجدول (79) و قدر بـــ (+227) أي أن الاتجاه كان موجبا بدرجة كبيرة جدا مما يدل على الأهمية الكبيرة التي يلقيها المستمعون على عاتق الإذاعة المحلية في تنوير الرأي العام المحلي حول مختلف الحساسيات و الأطياف الثقافية المحلية.

الجدول رقم (80) : كفاية البرامج الإعلامية في إبراز الجانب الثقافي المحلي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	50	20,83
لا	159	66,25
لا أدري	31	12,92
المجموع	240	100



الشكل (87)

كفاية البرامج الاعلامية في ابراز الجانب الثقافي المحلي.

إن أكثر من نصف عينة البحث و بنسبة 66.25 % تؤكد على أن البرمجة الإعلامية غير كافية و أن شبكة البرامج يجب أن تعمل بأكثر ديناميكية و ملائمة حتى تستطيع أن تغطي كل المعطيات الثقافية المحلية في شتى الجوانب منها الفنية، العلمية، الدينية ،...الخ. كذلك في هذا مؤشر قوي على أن المجتمع المحلي هو مجتمع متعطش يتعاطى مع المادة الإعلامية المخصصة له بكل وعي و هو في كل مرة يقيم و ينتظر المزيد، فمن الناحية الاتصالية يمكن استغلال هذه المعطيات في عملية "رجع الصدى" أو "التغذية العكسية" التي تستفيد منها وسيلة الإذاعة المحلية لمعرفة نقائصها على مستوى الشبكة الإعلامية و من ثمة

معالجتها أو إصلاحها و أقلمتها مع الواقع المحلي وهذا ما يساعد على تخطيط إعلامي رشيد يأخذ بالدرجة الأولى تطلعات الجمهور و احتياجاته.

في حين ترددت نسبة 12.92 % من أفراد عينة البحث في الإجابة عن هذا السؤال و يمكن إرجاع ذلك إلى سببين هما على التوالي:

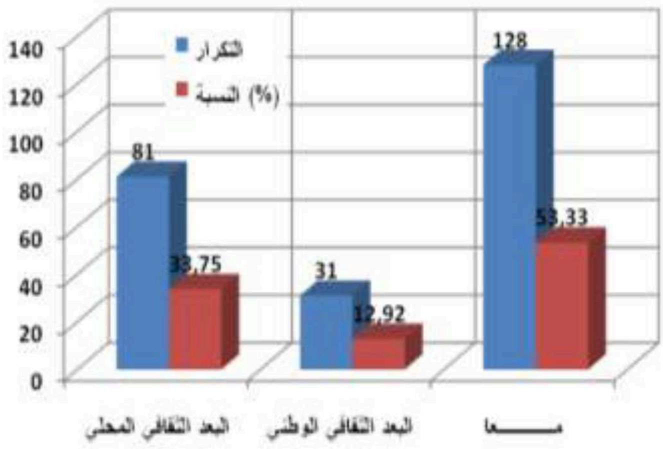
– أن هذه الفئة لا تؤمن أصلا بالثقافة المحلية كمعطى واقعي، و تقدم المعطى الثقافي المركزي الوطني و على الكيان الثقافي المحلي.

– إن هذه الفئة لم ينضج ولم يتبلور عندها بعد مفهوم الثقافة المحلية بأبعاده الايجابية في المجتمع و ما له من تأثيرات ديناميكية على تطور المجتمعات و كان هذا نتيجة عوامل سياسية وثقافية سابقة بالدرجة الأولى نجد تفسيراتها في سيرورة تشكيل الدولة الشمولية في الجزائر وفي تشكل مفهوم الثقافة في وعي الفرد الجزائري.

إن نتائج هذا الجدول تتوافق بطريقة منسجمة مع نتائج الجدول رقم (79) بحيث أن الإذاعة المحلية تسهم عن طريق برامجها في إبراز الخصوصية المحلية للمنطقة (ميدانيا ولاية قسنطينة) و كذا تحقق هذه الإذاعة المحلية نوع من الكفاية الإعلامية لإبراز مختلف الجوانب الثقافية الكامنة في هذه المدينة العريقة المشحونة و المشبعة تاريخيا بمختلف الثقافات .

الجدول رقم (81) : رأي العينة في الأبعاد الثقافية الواجب التركيز عليها في الإذاعة المحلية.

الأبعاد	التكرار	النسبة (%)
البعد الثقافي المحلي	81	33,75
البعد الثقافي الوطني	31	12,92
مــــــعا	128	53,33
المجموع	240	100



الشكل (88)

راي العينة في الابعاد الثقافية الواجب التركيز عليها في الاذاعة المحلية.

لقد أوضحت الشواهد الإحصائية نوع من الوضعية التوفيقية فيما يخص هذا العنصر، حيث كانت النظرة التوفيقية هي الغالبة في الجدول و بنسبة 53.33 % من إجمالي عينة البحث و بتكرار (128) حالة من بين (240) حالة حيث أكدوا على انه من واجب الإذاعة المحلية التركيز على البعد الثقافي المحلي و الوطني معا و لطالما شكلت هذه الثنائية (وطني ،محلي) وضعية حرجة في مسار السيرورة الثقافية و التاريخية للشخصية الثقافية الجزائرية إن هذه الوضعية تزج بنا في العديد من مستويات التحليل الثقافية منها التاريخية و منها السياسية و منها الانثروبولوجية[1] و ربما السؤال الجدير بالطرح هنا هو ما هي حدود البعد الثقافي الوطني؟ وما هي حدود البعد الثقافي المحلي؟ و ما هي مناطق التداخل بينهما؟. في حين ترى نسبة 33.75 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (81) فردا بأن للإذاعة المحلية دورا كبيرا في إبراز الأبعاد الثقافية المحلية دون سواها، إيمانا منها بأن البعد الثقافي الوطني أخذ حصة الأسد في السابق و لازال يهيمن على أجهزة الإعلام بمختلف أنواعها و في مقدمتها التلفزيون و الصحافة المكتوبة. نشير هنا أن ما لمسناه و نحن نستجوب المستمعين ، بأنه حان الوقت للإذاعة المحلية بأن تكرس وتجسد مقولة المحلي بكل أبعاده الثقافية و الاجتماعية و السياسية على أرض الواقع و الذي يعتبر احد المكاسب الهامة لحرية التعبير.

بينما تقر نسبة 12.92 % من أفراد عينة البحث بان الإذاعة المحلية تبقى تعمل في كنف المعطي "المركزي" و "الوطني" . إن هذه الفئة مقتنعة سواء عن وعي أو عن غير وعي بأن إعطاء أهمية كبيرة للمعطي المحلي من شأنه أن يؤدي شيئا فشيئا إلى تفتيت الوحدة الوطنية التي من الممكن أن تشكل خطرا على تاريخ شخصية الأجيال اللاحقة و دليلها في ذلك تصاعد التمردات الجهوية و كذا بعض الفتن الطائفية و المذهبية التي حدثت في الجزائر كأحداث "واد ميزاب" و "بلاد القبائل" وتجارب بعض الدول القريبة من الجزائر.

---

[1] في هذا الاطار انظر كتاب:
-Abdelghani Megherbi, La culture et la personnalité dans la société algérienne de Massinissa à nos jours,. Alger, ENAL-OPU, 1986

4-الإذاعات المحلية تزيد في عملية الإندماج الاجتماعي داخل المجتمع المحلي.

الجدول رقم (82) : ترتيب الوسائل الإعلامية بناءً على قوة إخباريتها حسب عينة البحث.

الشدة / الوسيلة	1		2		3		4		5		المجموع	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
التلفزيون	**111**	**46,25**	65	27,08	45	18,75	19	7,92	00	00	240	100
الاذاعة المسموعة	35	14,58	**75**	**31,25**	73	30,42	49	20,42	08	3,33	240	100
الصحافة المكتوبة	46	19,17	62	25,83	**78**	**32,50**	44	18,33	10	4,17	240	100
الانترنت	47	19,58	37	15,42	35	14,58	**104**	**43,33**	17	7,08	240	100
السينما	00	00	3	1,25	8	3,33	25	10,42	**204**	**85**	240	100



الشكل (89)

ترتيب الوسائل الإعلامية بناءً على قوة إخباريتها حسب عينة

إن هذا الجدول صمم خصيصا لقياس و اختبار جزء من الفرضية القائلة بأن الإذاعات المحلية تزيد و تساهم في عملية الاندماج الاجتماعي، و عليه قمنا باختيار خمسة وسائل اتصال جماهيرية يفترض فيها

التأثير في أي مجتمع (مع الأخذ بالحسبان نسبية تأثيرها في كل بلد). إن قوة الإخبار المراد قياسها هنا عن طريق سلم شدته تتراوح من (1) إلى (5) درجات، الغرض منها هو معرفة مكانة كل وسيلة على حدا من طرف الجمهور– عينة الدراسة– و بالضبط تحديد مكانة الإذاعة المسموعة كجهاز اتصال جماهيري من بين وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى. لقد أفصح الجدول عن الترتيب الأتي:

– المرتبة الأولى من حيث الشدة: كانت للتلفزيون، فقد أقر 46.25 % و بتكرار (111) مفردة من بين إجمالي التكرارات (240) بأن التلفزيون كوسيلة اتصالية جماهيرية تتمتع بكل الخصائص مما يجعله الوسيلة الأكثر قوة من حيث الإخبار مقارنة بالوسائل الأخرى.

– المرتبة الثانية من حيث الشدة: كانت من نصيب وسيلة الإذاعة المسموعة، فقد أكدت نسبة 31.25 % و بتكرار (75) مفردة من إجمالي (240) بأن الإذاعة المسموعة تمتلك خصائص و نفوذ يمكنها من لعب دور الريادة في المجال الإخباري و لكن أقل من ذلك الدور الذي يقوم به التلفزيون.

– المرتبة الثالثة من حيث الشدة: تحصلت الصحافة المكتوبة على 32.50 % و بتكرار (78) حالة من مجموع (240) و قد أشارت عينة البحث بأن الصحافة المكتوبة كوسيلة اتصال جماهيرية لها من القدرة الكبيرة على الإخبار و التأثير في المجتمع ولكن شكل عائق القراءة فيها حائلا أمام متصفحيها ما جعلها تتقهقر إلى المرتبة الثالثة.

– المرتبة الرابعة من حيث الشدة: تصدرت وسيلة الانترنيت هذه المرتبة بنسبة 43.33 % و بتكرار (104) حالة من أصل (240)، فرغم التطور التكنولوجي المفترض لهذه التقنية من ناحية الإخبار إلا أنها لم تجد موقعا قويا لها عند الجمهور الجزائري (حسب عينة البحث)، وربما يرتبط هذا بالدرجة الأولى بقدرة الحصول على المعدات التقنية من جهة و التي يفترض فيها أنها بالغة التكاليف نوعا ما حتى و إن انتشرت التكنولوجيا و من جهة أخرى يبقى العامل النفسي يمثل أكبر حاجز بالنسبة لمجتمعات العالم الثالث والمتمثل في الخوف من استعمال التكنولوجيا، و بالتالي يبقى الاستعمال الأمثل لهذه التقنية رهين عوامل أهمها:

– توفر البنية التحتية و المعدات التقنية.

– معرفة القراءة والكتابة.

– التحرر النفسي في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة.

– المرتبة الخامسة من حيث الشدة: و كانت من نصيب وسيلة السينما بنسبة 85 % و بتكرار (204) حالة من مجموع الحالات البالغ عددها (240)، أي أن غالبية العينة أجمعت على أن السينما تمتاز بضعف

على المستوى الإخباري مقارنة مع الوسائل الجماهيرية السالفة الذكر، رغم ما تحتله من مكانة مرموقة في الدول المتقدمة وحتى في الجزائر خلال سنوات السبعينيات و الثمانينيات.

ما يمكن استخلاصه من هذا الجدول:

– يعتبر الترتيب منطقي بالنسبة للجمهور –حسب عينة البحث– على اعتبار أن الهيمنة في مجال الإعلام و الاتصال كانت و لازالت للسمعي البصري أو ما يسمى "بالإعلام الثقيل".

– إن ترتيب وسيلة السينما له دلالة كبيرة تتمثل في الانهيار تام لهذا القطاع في الجزائر عامة و في مدينة قسنطينة خاصة، بحيث أن المستجوبين كانوا يتعاملون مع اختيار هذه الوسيلة و كأنها لا توجد في أرض الواقع.

– إن ترتيب وسيلة السينما من قبل المستجوبين لا يعكس درجة وعي المجتمع الجزائري (حسب عينة البحث) بقدر ما يعكس واقع قطاع مزري له من الدور الهام في تنشئة الأجيال.(1)

– إن ترتيب السينما من حيث قوة إخباريتها في المرتبة الأخيرة (تحصلت على الشدة الأضعف) لا يعكس بالفعل قوتها الحقيقية، على اعتبار أن هذه الوسيلة في دول أخرى تصنع الأحداث و الجدلات الثقافية و السياسية و الاقتصادية و الايكولوجية و بالتالي تعد مصدر قوة و تأثير إخباري قوي جدا في المجتمع الذي يتميز بدرجة عالية من الوعي، و ما يؤكد تحليلنا هو ترتيب وسيلة الانترنيت في المرتبة ما قبل الأخيرة ، فلا أحد يشك في قيمتها و قوتها إلا أنها احتلت المركز الرابع عند عينة البحث من بين وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى.

إن الهيمنة في مجال الإعلام و الاتصال في الجزائر مازلت من نصيب وسائل الاتصال الكلاسيكية (تلفزيون، إذاعة مسموعة، صحافة مكتوبة) مما يعكس إلى حد كبير درجة تصور المجتمع الجزائري لهرمية وسائل الاتصال و الإعلام.

---

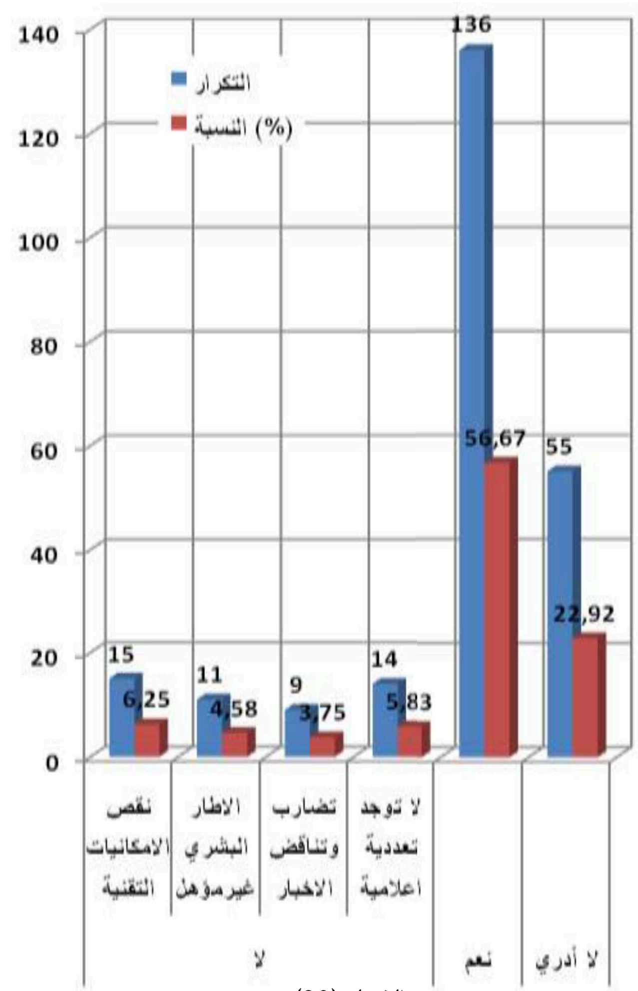
(1)حول واقع السينما في الجزائر انظر دراستين على غاية من الأهمية الأكاديمية و التاريخية في هذا الإطار :

-Abdelghani Megherbi, le Miroir apprivoisé, ENAL-OPU, GAM, Alger, Bruxelles, 1985

- Abdelghani Megherbi, Les Algériens Au Miroir Du Cinéma Colonial (contribution a une sociologie de la de colonisation) Ed. S. N. E. D .Alger, 1982

الجدول رقم (83) : مدى تكامل الإذاعة المحلية مع الوسائل الإعلامية السابقة.

الاحتمالات		التكرار	النسبة (%)
لا	نقص الإمكانيات التقنية	15	6,25
	الإطار البشري غير مؤهل	11	4,58
	تضارب و تناقض الأخبار في الوسائل الإعلامية المختلفة	9	3,75
	لا توجد تعددية إعلامية	14	5,83
	المجموع الجزئي	**49**	**20,41**
نعم		136	56,67
لا أدري		55	22,92
المجموع		**240**	**100**



الشكل (90)

مدى تكامل الاذاعة المحلية مع الوسائل الاعلامية السابقة.

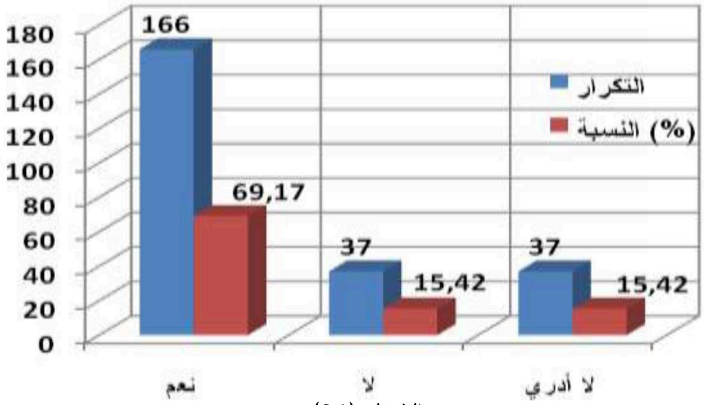
لقد دلت الإحصائيات الكمية لهذا الجدول على أن نسبة 56.67 % من أفراد عينة البحث تقر بأن الإذاعة المحلية تعمل في تكامل مع وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، بمعنى أن الوسائل السالفة الذكر كما هي موضحة في الجدول(82) لا تنافس إعلاميا (إخباريا) وسيلة الإذاعة المحلية على اعتبار أن الوسائل الأخرى هي ذات سعة و انتشار كبير على المستوى الماكرو- مجتمعي بينما الإذاعة المحلية في ذات طبيعة ميكرو- مجتمعية إلا أن الرباط الإعلامي موجود بين هذه الوسائل، و تشكل الإذاعات المحلية الدعامة الحقيقية لإسناد هذه الرابطة على المستوى المركزي، فكما مر معنا في الجدول رقم (64) بأن الإذاعة الوطنية (المركزية) لا تستطيع أن تعكس مختلف الأبعاد المجتمعية مقارنة بالإذاعة المحلية.

إن الاختلاف هنا و التكامل يمكن مناقشته من ناحية مستوى الرهان الذي تصبو إليه كل وسيلة، فكل وسيلة اتصال جماهيري لها رهاناتها و استراتجياتها الخاصة ولها جمهورها الخاص.

و في نفس السياق يوضح الجدول (83) أسباب عدم تكامل الإذاعة المحلية مع الوسائل الإعلامية السابقة فحسب المستجوبين تكمن هذه أسباب و تتراوح بين ما هو تقني كنقص الإمكانيات التقنية للإذاعة المحلية حيث تعتقد نسبة 6.25 % من أفراد عينة البحث في ذلك ، ما يجعل الإذاعة المحلية في موقع ضعف مقارنة مع ما يملكه التلفزيون من معدات ، و هي مقارنة تطرح نفسها بإلحاح خلال إجراءنا للمقابلات. بينما تقر نسبة 5.83 % من أفراد عينة البحث بأن سبب عدم التكامل يرجع بالأساس إلى أنه لا توجد تعددية إعلامية و قانونية حقيقية في الساحة الجزائرية و هذا ينطبق على جميع الوسائل الإعلامية ما يعيق تكامل العمل مع بعضها البعض، في حين تؤكد نسبة 4.58 % من أفراد عينة البحث بأن الإطار البشري (الصحفيين) في الإذاعة المحلية غير مؤهل (فنيا و تقنيا وتكوينيا) مقارنة مع نظرائهم في الوسائل الأخرى، و في الأخير تشير نسبة 3.75 % من أفراد عينة البحث إلى أن عدم التكامل مرده إلى التناقض في الأخبار بين الوسائل الإعلامية المختلفة ما يصعب من عملية الإنسجام بين مختلف هذه الوسائل الاعلامية.

الجدول رقم (84) : دور الإذاعة المحلية في منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	166	69,17
لا	37	15,42
لا أدري	37	15,42
المجموع	240	100



الشكل (91)

دور الاذاعة المحلية في منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية.

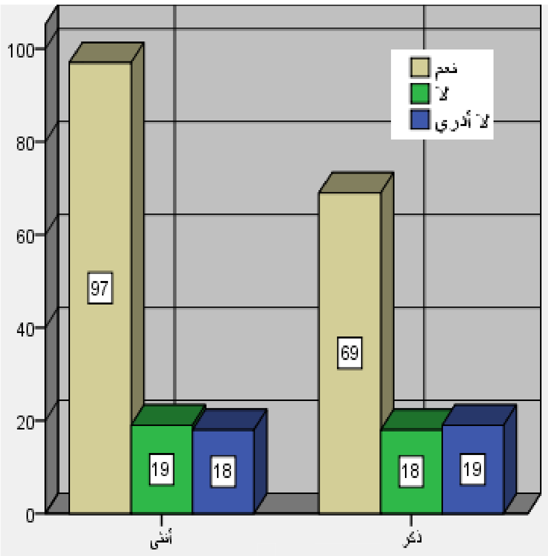
لعل أهم عنصر تمنحه الإذاعة المحلية للفرد في مجتمعه الصغير أنها تمكنه من فرصة المشاركة في الحياة المحلية و بالتالي فهي تعطيه حق في التصرف و التعبير داخل محيطه، و تقربه من الإدارة و بطريقة أخرى تعد الإذاعة المحلية إحدى آليات المشاركة الديمقراطية في تسيير الجهة التي تستثمر فيها جهودها.

من خلال الجدول رقم (84) يتضح لنا أن نسبة 69.17 % من المستجوبين أكدوا على أن الإذاعة المحلية منحت لهم فرصة المشاركة في الحياة المحلية، و ذلك عبر الحصص الإذاعية التي تبثها هذه الوسيلة و التي من خلالها يعبر المواطنون عن انشغالاتهم و يطرحون مقترحاتهم و يحاورون مسؤوليهم.إن هذه الآلية تعد أحد أنجع الطرق لإرساء حوار تواصلي (بناء معلومات مشتركة) بين القمة و القاعدة و بالتالي إشراك القاعدة إشراكا حقيقيا في سيرورة اتخاذ القرار و من ثمة تمنح للمواطن حق الإشراف في تسيير شؤونه و كذلك الحق في تصور مستقبله. بينما نجد نسبة 15.42 % من أفراد عينة البحث لا تعتقد في دور الإذاعة المحلية في هذا الجانب، و ترى بأنها لم تعطهم أي فرصة للمشاركة في الحياة المحلية و اعتبروا أنفسهم مهمشين و مقصيين من سيرورة اتخاذ القرارات التي تهمهم وأنهم يعانون حالة اغتراب إعلامي، حيث أكد لنا العديد من المستجوبين بأن الحصص و البرامج الإذاعية التي تخص هذا الشأن ما هي إلا مناورات لامتصاص موجة الغضب التي يعيشها المجتمع بصفة عامة و المجتمع المحلي بصفة خاصة. في حين نجد نفس النسبة 15.42 % من أفراد عينة البحث تقف موقفا مترددا و متحفظا من هذه القضية، و يمكن اعتبار هذه الفئة بمثابة الملاحظ الذي لم يأخذ القرار الحاسم بعد و هو يتريث الجهود اللاحقة للإذاعة المحلية ليكون رأي حقيقي.

ما يمكن أن نستنتجه أن أغلبية أفراد العينة يقرون بان الإذاعة المحلية منحت لهم فرصة المشاركة في الحياة المحلية بطريق أو بأخرى كما أنها تعد احد الآليات الايجابية ، ما يزيد من فرص الاندماج الاجتماعي داخل المجتمع .

الجدول رقم (85) : العلاقة بين متغير الجنس لأفراد عينة البحث و متغير منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية من قبل الإذاعة المحلية.

الجنس / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
أنثى	التكرار	97	19	18	134
	النسبة (%)	58,43	51,35	48,65	55,83
ذكر	التكرار	69	18	19	106
	النسبة (%)	41,57	48,65	51,35	44,17
المجموع	التكرار	166	37	37	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (92)

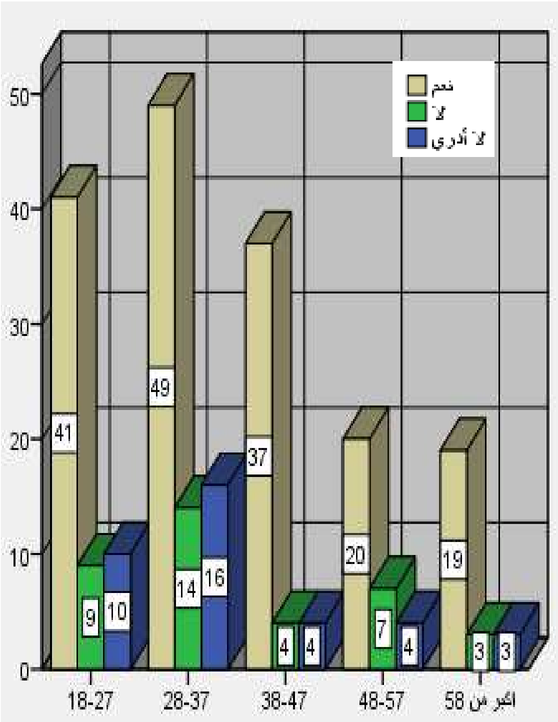
العلاقة بين متغير الجنس و متغير منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية.

نجد أن فئة الإناث تعتقد في دور الإذاعة المحلية في إعطاء فرصة للحوار و التشاور مع مختلف الشركاء الاجتماعيين بنسبة 58.43 % و بتكرار (97) حالة مقابل 41.57 % من المبحوثين الذكور أي بتكرار (69) حالة من مجموع الحالات البالغ عددها (166 حالة). بينما نفت نسبة 51.35 % من الإناث بأن يكون للإذاعة المحلية دورا في إرساء قواعد تواصلية مع المجتمع و كذا خلق بيئة حوارية في المحيط المحلي و بتكرار (19) حالة مقابل (18) حالة و بنسبة 48.65 % من المبحوثين الذكور (من مجموع الحالات البالغ عددها37 حالة).في حين نجد التردد ساد في فئة الذكور بنسبة 51.35 % و بتكرار (19) حالة أكثر منه عند الإناث، حيث بلغ نسبة 48.65 % أي بتكرار (18) حالة من إجمالي الحالات البالغ عددها (37) حالة.

إن عدم الاستقرار واضح في الإجابة فيما يخص دور الإذاعة المحلية في منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية خاصة عند الإناث، ما يؤكد الصعوبة التي تعيشها هذه الفئة في المجال الاتصالي في المجتمع المحلي و حتى المجتمع بصفة عامة. بينما كان التردد واضحا عند فئة الذكور في إمكانية الإذاعة المحلية منح فرص المشاركة في الحياة المحلية. فعلى الرغم من الاتجاه الايجابي الذي تلعبه الإذاعة المحلية في هذا المجال كما أكده الجدول رقم (84)، فقد أكد الجدول (85) خصوصية كل فئة في التعامل مع الإذاعة المحلية في مجال منح فرص المشاركة في الحياة المحلية بمفهومها الواسع على اعتبار أن هذه الوسيلة تعد أحد المنابر المهمة و القليلة التي تمثل مختلف فئات المجتمع على اختلاف جنسهم وسنهم.

الجدول رقم (86) : العلاقة بين متغير السن و فرص المشاركة في الحياة المحلية من قبل الإذاعة المحلية.

السن \ الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
27-18	التكرار	41	9	10	60
	النسبة (%)	24,70	24,32	27,03	25
37-28	التكرار	49	14	16	79
	النسبة (%)	29,52	37,84	43,24	32,92
47-38	التكرار	37	4	4	45
	النسبة (%)	22,29	10,81	10,81	18,75
57-48	التكرار	20	7	4	31
	النسبة (%)	12,05	18,92	10,81	12,92
اكبر من 58	التكرار	19	3	3	25
	النسبة (%)	11,45	8,11	8,11	10,42
المجموع	التكرار	166	37	37	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (93)
العلاقة بين متغير السن و فرص المشاركة في الحياة المحلية.

نجد الفئات العمرية مقسمة كمايلي:

– فئة (18–27) سنة: كانت الغالبية فيها للذين أجابوا بعبارة "لا ادري" حيث كانت نسبتهم 27.03 % أي بتكرار (10 حالات من أصل 37 حالة). بينما بلغت نسبة الذين أقروا بأن الإذاعة المحلية تمنح لهم فرصة في المشاركة في الحياة المحلية 24.70 % أي بتكرار (41 حالة من أصل 166 حالة)، في حين نفت نسبة 24.32 % أي بتكرار (9 حالات من أصل 37 حالة) أن تكون الإذاعة المحلية قد منحت لهم فرص المشاركة في الحياة المحلية.

– فئة (28–37) سنة: احتل فيها المبحوثين الذين أجابوا بعبارة "لا ادري" المركز الأول بنسبة 43.24 % أي بتكرار (16 مفردة من أصل 37 مفردة)، بينما احتل المستجوبون الذين أجابوا بالنفي المركز الثاني بنسبة 37.84 % أي بتكرار 14 حالة من مجموع 37 حالة)، في حين احتل المستجوبون الذين أكدوا على أن الإذاعة المحلية منحت لهم فرصة التواصل في الحياة المحلية المرتبة الثالثة بنسبة 29.52 % أي بتكرار (49 حالة من إجمالي الحالات البالغ عددها 166 حالة).

– فئة (38–47) سنة: أكدت نسبة 22.29 % من أفراد هذه الفئة و بتكرار (37 حالة من إجمالي 166 حالة) على أن الإذاعة المحلية سمحت لهم بالمشاركة في تسيير الحياة المحلية، بينما تساوى المبحوثون الذين أجابوا بالنفي و بعبارة "لا ادري" من حيث النسبة و قدرت بـــ 10.81 % على التوالي أي بتكرار (04 حالات من أصل 37 حالة).

– فئة (48–57) سنة: نفت نسبة 18.92 % من أفراد هذه الفئة و بتكرار (7 حالات من إجمالي 37 حالة) أن تكون الإذاعة المحلية قد أعطتهم فرصة للمشاركة في الحياة المحلية، بينما أكدت نسبة 12.05 % و بتكرار (20 حالة من إجمالي 166 حالة) على أن الإذاعة المحلية قد وفرت لهم مناخا اتصاليا ملائما للانخراط في دينامكية التواصل في الحياة الاجتماعية، فيما ترددت نسبة 10.81 % من أفراد عينة البحث و بتكرار (04 حالات من بين 37 حالة) حول هذه القضية.

– فئة أكبر من 58 سنة: أكدت نسبة 11.45 % من أفراد هذه الشريحة وبتكرار (19 حالة من إجمالي 166 حالة) على أن الإذاعة المحلية منحت لهم فعلا حق الممارسة في تسيير الشؤون المحلية. بينما تساوت النسبة بين الأفراد الذين أجابوا بعبارة " لا ادري" و "لا" بنسبة 8.11 % أي بتكرار (3 حالات لكل منها من إجمالي 37 حالة).

ما يمكن استنتاجه من هذا الجدول نلخصه فيمايلي:

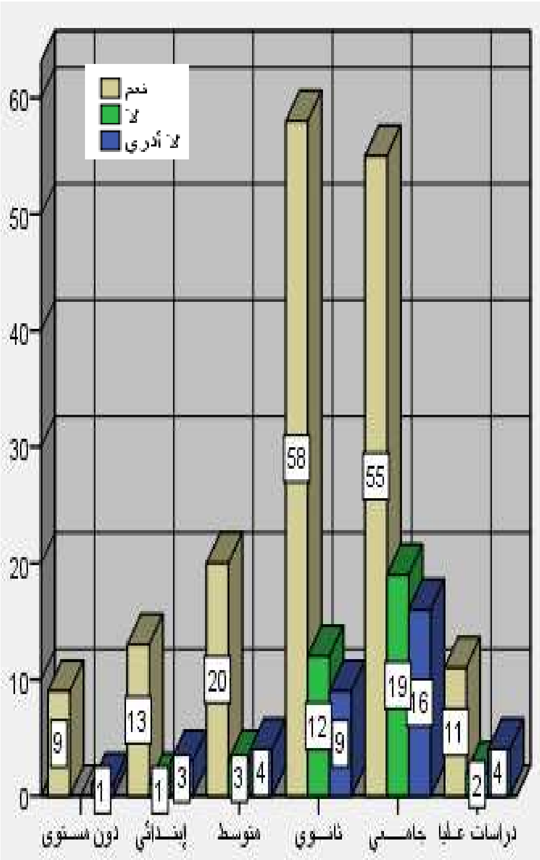
– نسبة التردد و الغموض كانت عالية عند فئة الشباب، فيما يخص منح الفرصة للمشاركة في تسيير شؤون الحياة المحلية من طرف الإذاعة المحلية، إذ بلغت ذروتها في فئة (28–37) سنة بنسبة 43.24 % ما يعطي الانطباع أن الإذاعة المحلية لازلت لم تعطي كل الفرص لإشراك الشباب في تسيير جهته، و أن هؤلاء لا زلوا لم يعوا الدور الاتصالي الفعال للإذاعة المحلية في خلق بيئة حوارية و حركية في المجتمع المحلي الذي ينتمون إليه.

– نسبة الإيجاب كانت متمركزة في فئة (38–47) سنة و فئة أكبر من 58 سنة، حيث ترى هاتين الفئتين بأن الإذاعة المحلية منحتهم فرصة المشاركة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في الحياة المحلية و من الممكن هنا أن تلعب درجة الوعي و نضج السن عاملا حاسما في تقييم هذه العملية.

– نسبة النفي كانت متمركزة في الفئة العمرية (48–57) سنة حيث اعتبرت هذه الفئة أن الإذاعة المحلية لم تمنح لهم فرصة حقيقية للمشاركة و التواصل في بيئتهم الاجتماعية المحلية.

الجدول رقم (87) : العلاقة بين متغير التحصيل التعليمي و فرصة المشاركة في الحياة المحلية من قبل الإذاعة المحلية.

المستوى التعليمي	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
دون مستوى	التكرار	9	0	1	10
	النسبة (%)	5,42	0	2,70	4,17
ابتدائي	التكرار	13	1	3	17
	النسبة (%)	7,83	2,70	8,11	7,08
متوسط	التكرار	20	3	4	27
	النسبة (%)	12,05	8,11	10,81	11,25
ثانـــوي	التكرار	58	12	9	79
	النسبة (%)	34,94	32,43	24,32	32,92
جامعي	التكرار	55	19	16	90
	النسبة (%)	33,13	51,35	43,24	37,50
دراسات عـــليا	التكرار	11	2	4	17
	النسبة (%)	6,63	5,41	10,81	7,08
المجموع	التكرار	166	37	37	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (94)

العلاقة بين التحصيل التعليمي و فرص المشاركة في الحياة المحلية.

تبين الشواهد الإحصائية بمعيار المستوى التعليمي مايلي:

– فئة دون المستوى: أكدت نسبة 5.42 % من المستجوبين في هذه الشريحة على أن الإذاعة المحلية وفرت لهم فرصة التواصل داخل بيئتهم الاجتماعية و المحلية أي بتكرار (9 حالات من بين 166 حالة)، فيما أبدت نسبة 2.70 % أي بتكرار (حالة واحدة من بين 37 حالة) تحفظها حول هذه القضية، في حين لم تسجل أي حالة نفي في هذا الفئة.

– فئة المستوى الابتدائي: أكدت نسبة 7.83 % من أفراد هذه الشريحة أي بتكرار (13 مستجوب من أصل 166 مستجوب) على أن الإذاعة المحلية سمحت لهم بالتواصل في القضايا التي تهم جهتهم، بينما

أجاب (03) مبحوثين من أصل (37) مبحوث و بنسبة 8.11 % بعبارة "لا ادري". في حين نفت 2.70 % أي بتكرار حالة واحدة من أصل (37) حالة أن تكون للإذاعة المحلية دور في مشاركتهم في الحياة المحلية.

– فئة المستوى المتوسط: أكدت نسبة 12.05 % و بتكرار (20حالة من إجمالي الحالات البالغ عددها 166 حالة) على أن للإذاعة المحلية دورا ايجابيا في انخراطهم في الحياة المحلية، بينما ترددت نسبة 10.81 % أي بتكرار (04 حالات من أصل 37 حالة) حول فرص المشاركة على مستوى الاتصال المحلي. في حين نفت نسبة 8.11 % أي بتكرار (03 حالات من إجمالي 37 حالة) أن تكون الإذاعة المحلية قد منحتهم فرصة المشاركة في الحياة المحلية.

– فئة المستوى الثانوي: أقرت نسبة 34.94 % أي بتكرار (58 مفردة من أصل 166 مفردة) بأن الإذاعة المحلية وفرت لهم ميكانيزمات مشاركة و حوار داخل المجتمع المحلي، في حين نفت نسبة 32.43 % أي بتكرار (12 حالة من إجمالي 37 حالة) أن تكون الإذاعة المحلية قد فتحت لهم قنوات اتصال داخل مجتمعهم المحلي. بينما ترددت نسبة 24.32 % أي بتكرار (09 حالات من إجمالي 37 حالة) حول قضية فرصة المشاركة في الحياة المحلية.

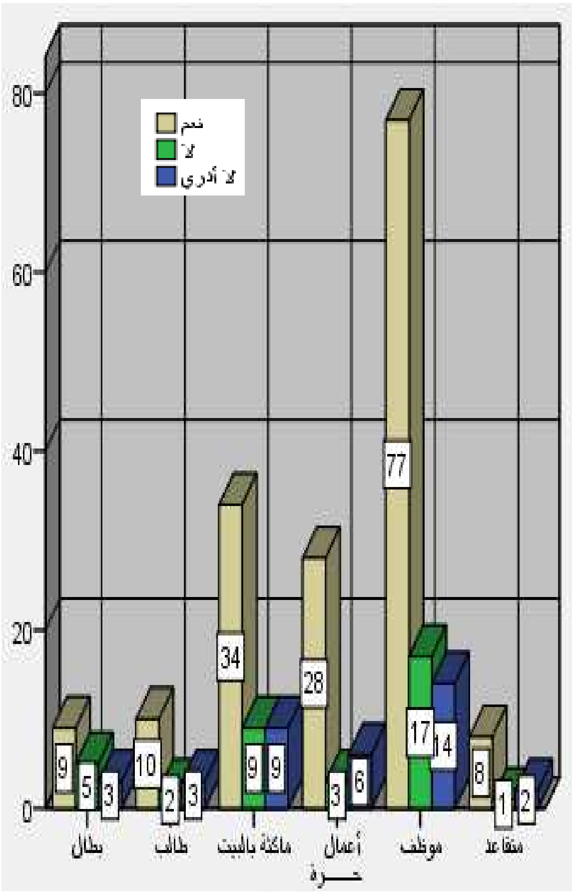
– فئة المستوى الجامعي: نفى 51.35 % أي بتكرار (19 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 37 حالة) على أن تكون الإذاعة المحلية قد فتحت لهم مجال المشاركة في الحياة المحلية بينما ترددت 43.24 % أي بتكرار (16 حالة من أصل 37 حالة) حول ذلك، فيما أكد 33.13 % أي بتكرار (55 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 166 حالة) على أن الإذاعة المحلية تعد وسيلة فعالة للمشاركة في الحياة المحلية و مكنتهم من المشاركة في صنع الحياة المحلية.

– فئة الدراسات العليا: عبرت نسبة 10.81 % أي بتكرار (4 حالات من أصل 37 حالة) عن ترددها في الإجابة على دور الإذاعة المحلية مجال في المشاركة في الحياة المحلية، فيما أكدت نسبة 6.63 % أي بتكرار (11 حالة من أصل 166 حالة) على الدور الايجابي للإذاعة المحلية في مجال منح الفرصة لتسيير الحياة المحلية و المساهمة الفعالة فيها. في حين نفت نسبة 5.41 % أي بتكرار (حالتين من أصل 37 حالة) أن تكون للإذاعة المحلية دورا في منح فرصة المشاركة في الشؤون المحلية.

ما يمكن استنتاجه من خلال معطيات الجدول أعلاه هو أنه كلما زاد المستوى التعليمي كلما نقصت فرص المشاركة في الحياة المحلية عبر الاذاعة المحلية.

جدول رقم (88) : العلاقة بين متغير المهنة للمبحوثين و متغير فرصة المشاركة في الحياة المحلية من قبل الإذاعة المحلية.

المهنة / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
بطال	التكرار	9	5	3	17
	النسبة (%)	5,42	13,51	8,11	7,08
طالب	التكرار	10	2	3	15
	النسبة (%)	6,02	5,41	8,11	6,25
ماكثة في البيت	التكرار	34	9	9	52
	النسبة (%)	20,48	24,32	24,32	21,67
أعمال حـــرة	التكرار	28	3	6	37
	النسبة (%)	16,87	8,11	16,22	15,42
موظف	التكرار	77	17	14	108
	النسبة (%)	46,39	45,95	37,84	45
متقاعد	التكرار	8	1	2	11
	النسبة (%)	4,82	2,70	5,41	4,58
المجموع	التكرار	166	37	37	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (95)
العلاقة بين بين متغير المهنة و فرص المشاركة في الحياة المحلية

يتجلى لنا من خلال هذا الجدول بمعيار الفئات المهنية مايلي:

– فئة البطالين: ترى نسبة 13.51 % أي بتكرار (05 حالات من أصل 37 حالة) بان الإذاعة المحلية لا تمنحها حق و فرصة للمشاركة في الحياة المحلية، إذ تبدوا هذه الفئة قريبة إلى الإقصاء من سيرورة المرافقة الجوارية. بينما ترى نسبة 5.42 % من أفراد هذه الفئة أي بتكرار (9 حالات من أصل 166 حالة) بأن الإذاعة المحلية تعطيها فرصة للمشاركة في الحياة المحلية، في حين ترددت نسبة 8.11 % و بتكرار (3 حالات من أصل 37 حالة) في الإجابة عن دور الإذاعة المحلية في خلق فرص مشاركة في الحياة الاجتماعية المحلية.

- فئة الطلاب: كانت السمة العامة في هذه الفئة هي التردد، حيث أقرت نسبة 8.11 % و بتكرار (03 حالات من أصل 37 حالة) بأنها "لا تدري" إذ كانت الإذاعة المحلية تمنحهم فعلا فرصة للمشاركة في الحياة المحلية. بينما أكدت نسبة 6.02 % أي بتكرار (10 حالات من أصل 166 حالة) على الدور الايجابي الذي تلعبه الإذاعة المحلية في مجال التواصل في الحياة المحلية، في حين ترى نسبة 5.41 % أي بتكرار (حالتين من أصل 37 حالة) بأن يكون للإذاعة المحلية دورا تواصليا في المجتمع المحلي.

- فئة الماكثات في البيت: تعتقد نسبة 24.32 % أي بتكرار (9 حالات من أصل 37 حالة) بأن الإذاعة المحلية لا تؤدي دورها التشاركي كما ينبغي تجاه المجتمع المحلي، و كذلك أجابت نسبة 24.32 % أي بتكرار (9 حالات من أصل 37 حالة) بأنها "لا تدري" إن كانت الإذاعة المحلية توفر مناخا تواصليا في المجتمع المحلي، في حين أكدت نسبة 20.48 % أي بتكرار (34 حالة من أصل 166 حالة) بأن الإذاعة المحلية خلقت لهم فرصة و قنوات للحوار في المجتمع المحلي.

-فئة الأعمال الحرة: أكدت نسبة 16.87 % أي بتكرار (28 حالة من أصل 166 حالة) بأن الإذاعة المحلية منحتهم فرصة للمشاركة في الحياة المحلية، فيما لا تدري نسبة 16.22 % أي بتكرار (06 حالات من مجموع 37 حالة) إن سمحت لهم الإذاعة المحلية بفرصة للمشاركة في الحياة المحلية، في حين ترى نسبة 8.11 % أي بتكرار (3 حالات من مجموع الحالات البالغ عددها 37 حالة) بان الإذاعة المحلية لم توفر البتة فرصة الانخراط و المشاركة في الحياة المحلية.

-فئة الموظفين: ترى نسبة 46.39 % أي بتكرار (77 حالة من مجموع 166 حالة) أن الإذاعة المحلية وفرت لهم فرصة و منحتهم الحق في التواصل و التشارك في شؤون الحياة المحلية، بينما نفت نسبة 45.95 % أي بتكرار (17 حالة من إجمالي 37 حالة) بأن تكون الإذاعة المحلية قد وفرت لهم بيئة تواصلية لتسيير الشؤون المحلية، في حين ترددت نسبة 37.84 % أي بتكرار (14 حالة من إجمالي 37 حالة) على الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في منح فرصة للمشاركة في الحياة المحلية.

-فئة المتقاعدين: عبرت نسبة 5.41 % و بتكرار (حالتين من أصل 37 حالة) بالتردد و التحفظ على دور الإذاعة المحلية في مجال خلق فرصة للاتصال و التواصل، بينما أكدت نسبة 4.82 % أي بتكرار (8 حالة من إجمالي 166 حالة) على أن للإذاعة المحلية دورا فعالا في ديناميكية التواصل و خلق فرص المشاركة و الاندماج في الحياة المحلية. في حين نفت نسبة 2.70 % أي بتكرار (حالة واحدة من أصل 37 حالة) أن يكون للإذاعة المحلية دورا رياديا في خلق التواصل داخل المجتمع المحلي.

و بناء على هذه المعطيات الميدانية يمكن استخلاص مايلي:

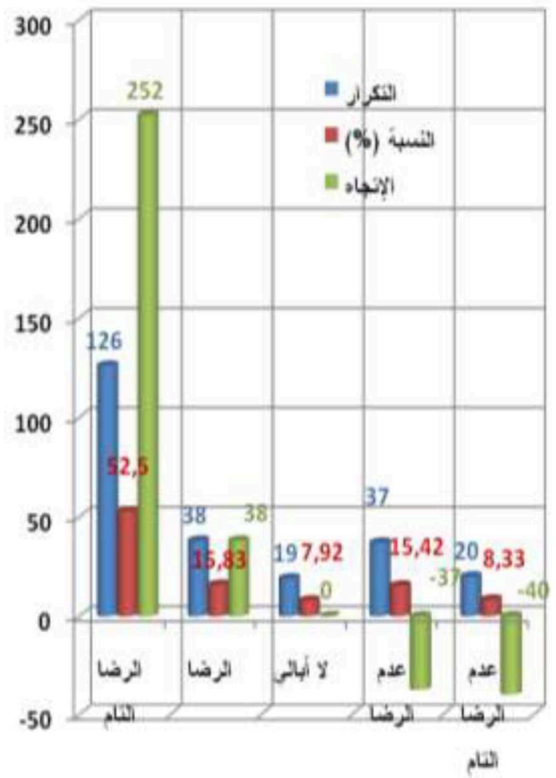
– إن فئتي "البطالين" و "الماكثات في البيت" هما الأكثر اعتراضا على دور الإذاعة المحلية في خلق فرص تشاركية في المجتمع المحلي، و يرجع السبب ربما لعدم الاهتمام الجدي بهاتين الشريحتين من المجتمع من قبل برامج الإذاعة المحلية، في هذا السياق وجب على هذا النوع من الاتصال المؤسساتي أن يشمل جميع أطياف المجتمع بمختلف تناقضاتهم ، وعلى المخططين لمؤسسات الإذاعة المحلية إعادة النظر في البرامج و السياسات الإعلامية الموجهة لهاتين الفئتين.

– إن أعلى نسب الرضا عن دور الإذاعة المحلية في خلق بيئة حوارية و اتصالية داخل المجتمع المحلي كانت من نصيب فئتي "الأعمال الحرة" و كذا "الموظفين" و في هذا دليل على أن الإذاعة المحلية منفتحة اتصاليا – ولو نسبيا– على القطاعات الأخرى، كالمؤسسات الاقتصادية و الاجتماعية و المتعاملون الخواص. و يمكن هنا أن نشير إلى ما تلعبه الإذاعة المحلية من دور في خلق فرص و بيئة اتصالية للموظفين و الخواص حتى يلعبوا الدور المنوط بهم على أكمل وجه في مجتمعهم المحلي.

– إن أعلى نسب التردد و التحفظ سجلت عند الفئات التالية: "الطلاب" ، "الماكثات في البيت" و "المتقاعدين"، فهؤلاء لا زلوا لم يقيموا بعد و لم تتضح لديهم الرؤيا حول دور الإذاعة المحلية في تسيير الحياة المحلية، و كانت نظرتهم –حسب حواراتنا معهم– اقرب إلى الشك و الريبة تجاه الإذاعة المحلية في مجال منح فرص للمشاركة في الحياة المحلية. كذلك يلاحظ على هذه الفئات بالمفهوم الوظيفي أنها فئات "خاملة" أي غير منتجة و بالتالي فهي ترى نفسها مقصية من سيرورة التواصل في المجتمع المحلي.

الجدول رقم (89) : موقف المبحوثين من أداء الإذاعة المحلية.

الرأي	التكرار	النسبة (%)	القيمة x التكرار	الاتجاه
الرضا التام	126	52.50	(126) x (2+)	252+
الرضا	38	15.83	(38) x (1+)	38+
لا أبالي	19	7.92	(19) x (0)	0
عدم الرضا	37	15.42	(37) x (1-)	37-
عدم الرضا التام	20	8.33	(20) x (2-)	40-
المجموع	240	100	213+	213+



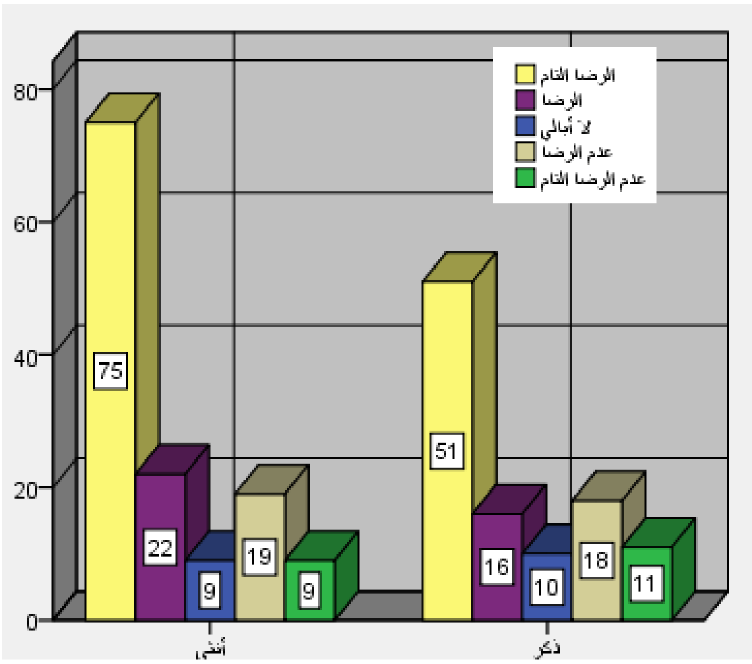
الشكل (96)
موقف المبحوثين من اداء الاذاعة المحلية.

تؤكد الشواهد الكمية للجدول رقم (89) أن (126) مستمعا أي ما يمثل نسبة 52.50 % من مجموع عينة البحث قد كان لهم موقف الرضا التام من أداء الإذاعة المحلية خاصة في جانب مضمون البرامج و الاحتياجات المجتمعية. في حين شعر (38) مستمعا أي ما يمثل 15.83 % من المبحوثين بالرضا عند تقديرهم لأداء الإذاعة المحلية، كما أن (19) مستمعا أي بنسبة 7.92 % من المستمعين المستجوبين قد عبروا عن لامبالاتهم من أداء الإذاعة المحلية. بيد أن نسبة 15.42 % أي بعدد (37) مستمعا من المبحوثين قد أجابوا بعدم رضاهم عن أداء الإذاعة المحلية تجاه المجتمع المحلي التي تستثمر فيها جهودها، و كانت نسبة 8.33 % أي بعدد (20) حالة من الحالات الإجمالية لعينة البحث قد عبروا عن عدم الرضا التام عن أداء الإذاعة المحلية.

و بالعودة إلى الجدول رقم (89) بخصوص الاتجاه السائد ينظر المستمعون لمسألة أداء الإذاعة المحلية داخل المجتمع على أنه اتجاه موجب بدرجة كبيرة جدا (+213) و هو ما يفسر مدى التقدير و الاعتراف و كذا التلاحم و الاندماج الذي يوجد بين المستمعين و مؤسسة الإذاعة المحلية و هذا ما لمسناه من مختلف اللقاءات و الملاحظات التي تمت إثناء الدراسة الميدانية. إن هذا الرضا العام يشكل مؤشرا على أن هناك تفاعل ايجابي بين المستمعين و الإذاعة المحلية (حسب عينة البحث بولاية قسنطينة)

الجدول رقم (90) : علاقة متغير الجنس لعينة البحث و موقف المستمعين من أداء الإذاعة المحلية.

الجنس / الموقف		الرضا التام	الرضا	لا أبالي	عدم الرضا	عدم الرضا التام	المجموع
أنثى	التكرار	75	22	9	19	9	134
	النسبة (%)	59,52	57,89	47,37	51,35	45	55,83
ذكر	التكرار	51	16	10	18	11	106
	النسبة (%)	40,48	42,11	52,63	48,65	55	44,17
المجموع	التكرار	126	38	19	37	20	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (97)
علاقة متغير الجنس لعينة البحث و موقف المستمعين من اداء الاذاعة المحلية.

بعدما ما وجدنا بان الاتجاه العام نحو أداء الإذاعة المحلية هو موجب بدرجة كبيرة (+213)، ندقق في هذا الاتجاه من خلال متغير توزيع الجنس، حيث نجد أن عبارات "الرضا"، "الرضا التام" قد كانت نسبها مرتفعة عند الجنسين (ما يؤكد الاتجاه الايجابي) و لكن بفارق عند الإناث على الذكور، أي أن الإناث كانت أكثر رضا عن أداء الإذاعة المحلية، حيث سجلنا في فئة "الرضا التام" نسبة 59.52 % أي بتكرار

(75) حالة عند الإناث مقابل 40.48 % أي بتكرار (51) حالة عند الذكور من إجمالي الحالات البالغ عددها (126) حالة، بينما سجلت فئة "الرضا" نسبة 57.89 % أي بتكرار (22) حالة عند الإناث مقابل 42.11 % أي بتكرار (16) حالة عند الذكور من إجمالي الحالات البالغ عددها (38) حالة.

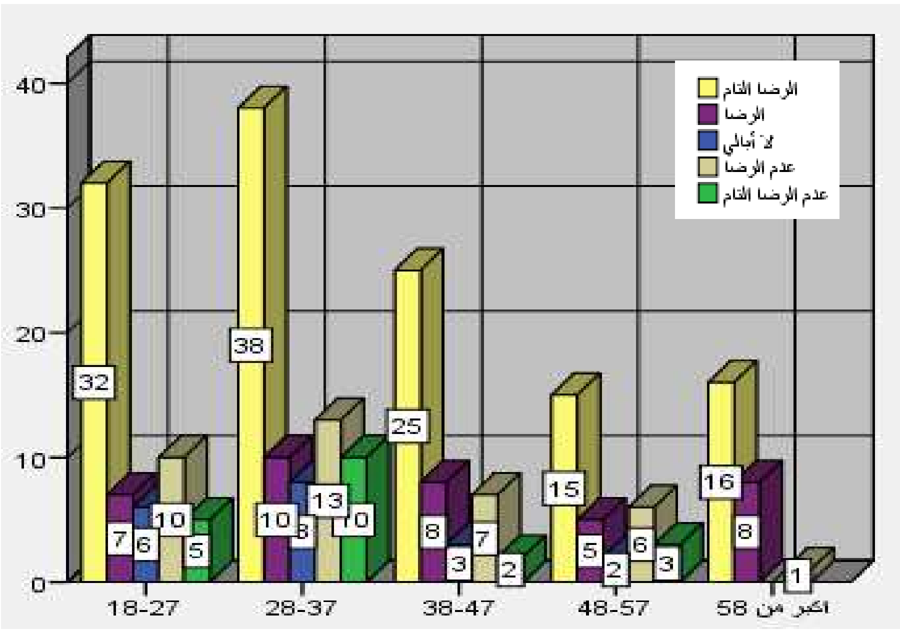
أما فئة "لا أبالي" فكانت الغالبية فيها للذكور، حيث أكدت نسبة 52.63 % أي بتكرار (10) حالات من الذين لا يبالون بأداء الإذاعة المحلية مقابل نسبة 47.37 % أي بتكرار (09) حالات من الإناث من مجموع الحالات البالغ عددها (19) حالة.في حين أن الموقف السلبي من أداء الإذاعة المحلية كان معبرا عنه بـــ"عدم الرضا" و "عدم الرضا التام"، حيث كانت فئة الإناث غير راضيات عن أداء الإذاعة المحلية بنسبة 51.53 % أي بتكرار (19) حالة مقابل 48.65 % أي بتكرار (18) حالة من الذكور من إجمالي الحالات البالغ عددها (37) حالة، في حين كانت فئة الذكور غير راضية تماما على دور الإذاعة المحلية بنسبة 55 % أي بتكرار (11) حالة مقابل 45 % عند الإناث أي بتكرار (09) حالات من إجمالي (20) حالة.

و عليه يمكن أن نرسم اتجاه موقف عينة البحث بمعيار الجنس كمايلي:

- فئة الإناث أكثر رضا عن أداء الإذاعة المحلية من الذكور.
- فئة الذكور هم الأكثر ترددا من أداء الإذاعة المحلية .
- فئة الذكور غير راضين تماما عن أداء الإذاعة المحلية.

الجدول رقم (91) : العلاقة بين متغير السن و موقف المبحوثين من أداء الإذاعة المحلية.

السن \ الموقف		الرضا التام	الرضا	لا أبالي	عدم الرضا	عدم الرضا التام	المجموع
27-18	التكرار	32	7	6	10	5	60
	النسبة (%)	25,40	18,42	31,58	27,03	25	25
37-28	التكرار	38	10	8	13	10	79
	النسبة (%)	30,16	26,32	42,11	35,14	50	32,92
47-38	التكرار	25	8	3	7	2	45
	النسبة (%)	19,84	21,05	15,79	18,92	10	18,75
57-48	التكرار	15	5	2	6	3	31
	النسبة (%)	11,90	13,16	10,53	16,22	15	12,92
اكبر من 58	التكرار	16	8	0	1	0	25
	النسبة (%)	12,70	21,05	0	2,70	0	10,42
المجموع	التكرار	126	38	19	37	20	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (98)
العلاقة بين متغير السن و موقف المستمعين من اداء الاذاعة المحلية.

تبين البيانات الإحصائية للجدول أعلاه بمعيار السن مايلي:

– فئة (18–27) سنة: عبرت نسبة 31.58 % أي بتكرار (06 حالات من أصل 19 حالة) عن تحفظها اتجاه أداء الإذاعة المحلية، بينما عبرت نسبة 27.03 % أي بتكرار (10 حالات من أصل 37 حالة) عن عدم رضاها تجاه أداء الإذاعة المحلية، فيما أبدت نسبة 25.40 % أي بتكرار (32 حالة من مجموع 126 حالة) عن الرضا التام من أداء الإذاعة المحلية. في حين أكدت نسبة 25 % أي بتكرار (05 حالات من مجموع 20 حالة) عدم رضاها التام عن دور الإذاعة المحلية، و في الأخير جاءت نسبة 18.42 % أي بتكرار (07 حالات من أصل 38 حالة) لتعبر بالرضا عن دور الإذاعة المحلية.

– فئة (28–37) سنة: أبدت نسبة 50 % أي بتكرار (10) مفردات من مجموع (20) مفردة عدم رضاها التام عن دور الإذاعة المحلية، كما قابل جزء من هذه الفئة الوضعية باللامبالاة. حيث أبدت نسبة 42.11 % أي بتكرار (08) حالات من مجموع (19) حالة التردد في الموقف اتجاه أداء الإذاعة المحلية، فيما عبرت نسبة 35.14 % أي بتكرار (13) حالة من أصل (37) حالة عن عدم الرضا في الموقف اتجاه دور الإذاعة المحلية، كما أقرت نسبة 30.16 % أي بتكرار (38) حالة من أصل (126) حالة عن رضاها التام فيما يخص دور الإذاعة المحلية في المجتمع. و أخيرا أكدت نسبة 26.32 % أي بتكرار (10) مفردات من مجموع (38) مفردة رضاها في مسالة دور الإذاعة المحلية.

– فئة (38–47): أكدت نسبة 21.05 % أي بتكرار (08) حالات من أصل (38) حالة على موقف الرضا من أداء الإذاعة المحلية، و في نفس السياق أيدت بشدة نسبة 19.84 % أي بتكرار (25) مفردة من مجموع (126) مفردة، فيما عبرت نسبة 18.92 % أي بتكرار (07) حالات من مجموع (37) حالة عن عدم رضاها من أداء و وظيفة الإذاعة المحلية، و قابلت نسبة 15.79 % أي بتكرار (03) حالات من بين (19) حالة هذا الموقف بـــ اللامبالاة، في حين عبرت نسبة 10 % أي بتكرار حالتين من بين (20) حالة عن عدم رضاها التام اتجاه الإذاعة المحلية.

– فئة (48–57): أبدت نسبة 16.22 % أي بتكرار (6) حالات من إجمالي (37) حالة موقفا غير راض عن أداء الإذاعة المحلية، كما أيدت بشدة نسبة 15 % و بتكرار (03) حالات من إجمالي (20) حالة، بينما عبرت نسبة 13.16 % أي بتكرار (05) حالات من إجمالي (38) حالة عن رضاها من أداء الإذاعة المحلية، و في نفس السياق أيدت بشدة نسبة 11.90 % أي بتكرار (15) حالة من أصل (126) حالة هذه المسألة، في حين أجابت نسبة 10.53 % أي بتكرار حالتين من إجمالي (19) حالة بـــ"لا أبالي" بأداء الإذاعة المحلية.

– فئة أكبر من 58 سنة: أكدت نسبة 21.05 % أي بتكرار (08) حالات من أصل (38) حالة رضاها التام عن دور الإذاعة المحلية، كما أبدت بنسبة 12.70 % أي بتكرار(16) حالة من أصل (126) حالة رضاها التام اتجاه هذا الدور ، فيما سجلت نسبة 2.70 % و بتكرار حالة واحدة من أصل (37) حالة عدم الرضا في الموقف اتجاه أداء الإذاعة المحلية، في حين لم تسجل أي حالة في الموقفين المتبقيين المعبر عنهما بـــ "لا أبالي" و "غير راض تماما".

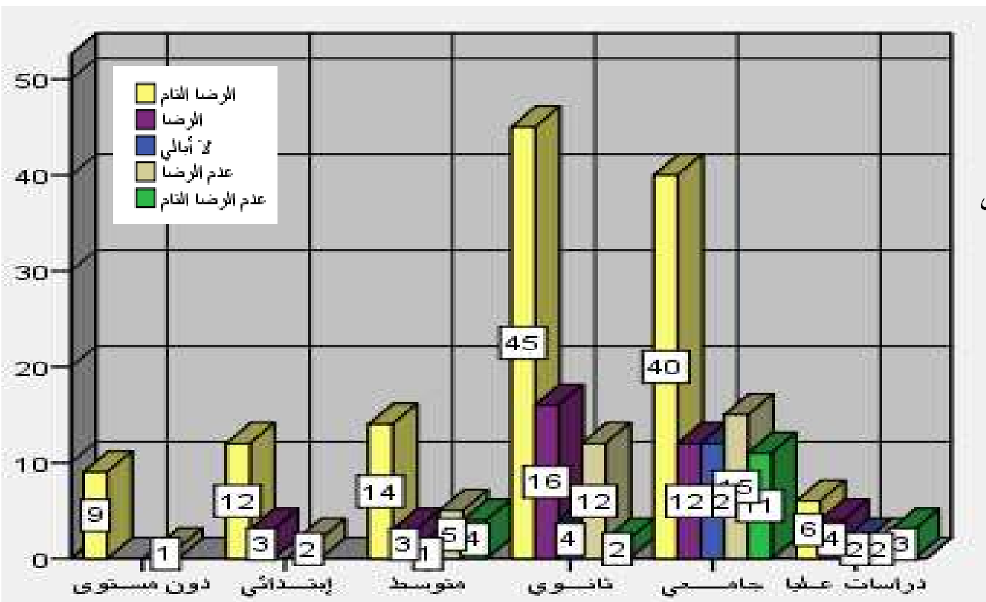
انطلاقا من المعطيات الميدانية يمكن أن نستخلص أهم الاستنتاجات الخاصة بهذين المتغيرين:

– هناك عدم استقرار في موقف المبحوثين حول أداء الإذاعة المحلية بمعيار السن. حيث نجد أن التردد كان هو سيد الموقف في الفئة العمرية (18–27) سنة، بينما موقف "عدم الرضا" هو السائد في الفئة العمرية (28–37) سنة، ثم يعود موقف الرضا من أداء الإذاعة المحلية في الفئة العمرية (38–47) سنة ليعاود موقف "عدم الرضا" من أداء الإذاعة المحلية السيطرة على الفئة العمرية (48–57) سنة لتختم فئة اكبر من 58 سنة الموقف في هذه المسالة بالرضا.

– إن لعامل السن أثره الملحوظ في موقف المستمعين تجاه دور الإذاعة المحلية، بحيث أن اختلاف الأعمار أدى إلى عدم انسجام و استقرار و ثبات الرأي حول موقف معين، إلا أن الملاحظ أن الموقف ينطلق بشباب متردد حول دور الإذاعة المحلية، ثم بشباب غير راض، و بعدها و في مرحلة عمرية انضج يتوضح الموقف ليفصح عن الرضا ثم يعود الموقف إلى نقطة عدم الرضا ليتبلور في الأخير بالرضا عند فئة الأكبر سنا و الأكبر نضجا.

الجدول رقم (92) : العلاقة بين المستوى التعليمي و موقف المبحوثين من أداء الإذاعة المحلية.

المستوى التعليمي / الموقف		الرضا التام	الرضا	لا أبالي	عدم الرضا	عدم الرضا التام	المجموع
دون مستوى	التكرار	9	0	0	1	0	10
	النسبة (%)	7,14	0	0	2,70	0	4,17
ابتدائي	التكرار	12	3	0	2	0	17
	النسبة (%)	9,52	7,89	0	5,41	0	7,08
متوسط	التكرار	14	3	1	5	4	27
	النسبة (%)	11,11	7,89	5,26	13,51	20	11,25
ثانوي	التكرار	45	16	4	12	2	79
	النسبة (%)	35,71	42,11	21,05	32,43	10	32,92
جامعي	التكرار	40	12	12	15	11	90
	النسبة (%)	31,75	31,58	63,16	40,54	55	37,50
دراسات عليا	التكرار	6	4	2	2	3	17
	النسبة (%)	4,76	10,53	10,53	5,41	15	7,08
المجموع	التكرار	126	38	19	37	20	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (99) العلاقة بين المستوى التعليمي و موقف المبحوثين من اداء الاذاعة المحلية.

لقد بينت الشواهد الكمية بمعيار المستوى التعليمي مايلي:

– فئة "دون المستوى": عبرت فيها نسبة 7.41 % أي بتكرار (09) حالات من أصل (126) حالة عن رضاها التام من أداء الإذاعة المحلية، فيما أبدت نسبة 2.70 % أي بتكرار حالة واحدة من أصل (37) حالة عدم رضاها من أداء الإذاعة المحلية، في حين لم نسجل أي موقف في الحلات المتبقية (الرضا،لا أبالي،عدم الرضا التام).

– فئة "المستوى الابتدائي: أبدت نسبة 9.52 % أي بتكرار (12) حالة من مجموع (126) حالة رضاها التام عن أداء الإذاعة المحلية، و في نفس السياق أبدت نسبة 7.89 % أي بتكرار (03) حالات من أصل (38) حالة موقف الرضا من أداء الإذاعة المحلية، في حين عبرت نسبة 5.41 % أي بتكرار حالتين من أصل (37) حالة عن عدم رضاها تجاه أداء الإذاعة المحلية، بينما لم نسجل أي موقف في الحالتين المتبقيتين (لا أبالي،عدم الرضا التام).

– فئة "المستوى المتوسط": أبدت نسبة 20 % أي بتكرار (4) مفردات من أصل (20) مفردة عدم رضاها التام عن خدمة الإذاعة المحلية، فيما أكدت نسبة 13.51 % أي بتكرار (05) حالات من إجمالي (37) حالة عم رضاها عن أداء الإذاعة المحلية، في حين عبرت نسبة 11.11 % عن موقف الرضا التام تجاه الإذاعة المحلية في أدائها لمهمتها في المجتمع، و أيدت بالرضا هذا الدور ما نسبته 7.89 % أي بتكرار (03) حالات من إجمالي (38) حالة، و في الأخير قابلت نسبة 5.26 % أي بتكرار حالة واحدة (01) من أصل (19) حالة باللامبالاة في الموقف تجاه أداء الإذاعة المحلية.

– فئة "المستوى الثانوي": أكدت نسبة 42.11 % أي بتكرار (16) حالة من مجموع (38) حالة رضاها عن أداء الإذاعة المحلية، و أيدت بشدة (رضا تام) ما نسبته 35.71 % أي بتكرار (45) حالة من مجموع (126) حالات هذا الموقف، في حين عبرت 32.43 % أي بتكرار (12) حالة من مجموع (37) حالة عن عدم رضاها من أداء الإذاعة المحلية، بينما أجابت نسبة 21.05 % أي بتكرار (04) حالات من مجموع (19) حالة بـــ"اللامبالاة" في الموقف حول عمل وأداء الإذاعة المحلية ، فيما أقرت نسبة 10 % أي بتكرار حالتين من مجموع (20) حالة عن عدم رضاها التام فيم يخص هذه المسألة.

– فئة "المستوى الجامعي: واجهت نسبة 63.16 % أي بتكرار (12) مفردة من أصل (19) مفردة الموقف «باللامبالاة"، في حين أكدت نسبة 55% أي بتكرار (11) حالة من أصل (20) حالة عدم رضاها التام عن أداء الإذاعة المحلية، كما أبدت نسبة 40.54 % موقف (عدم الرضا) أي بتكرار (15) مفردة من أصل (37) مفردة هذا الموقف، فيما عبرت نسبة 31.75 % أي بتكرار (40) حالة من أصل (126)

حالة عن رضاها التام، و عبرت نسبة 31.58 % أي بتكرار (12) مفردة من أصل (38) مفردة عن رضاها تجاه أداء الإذاعة.

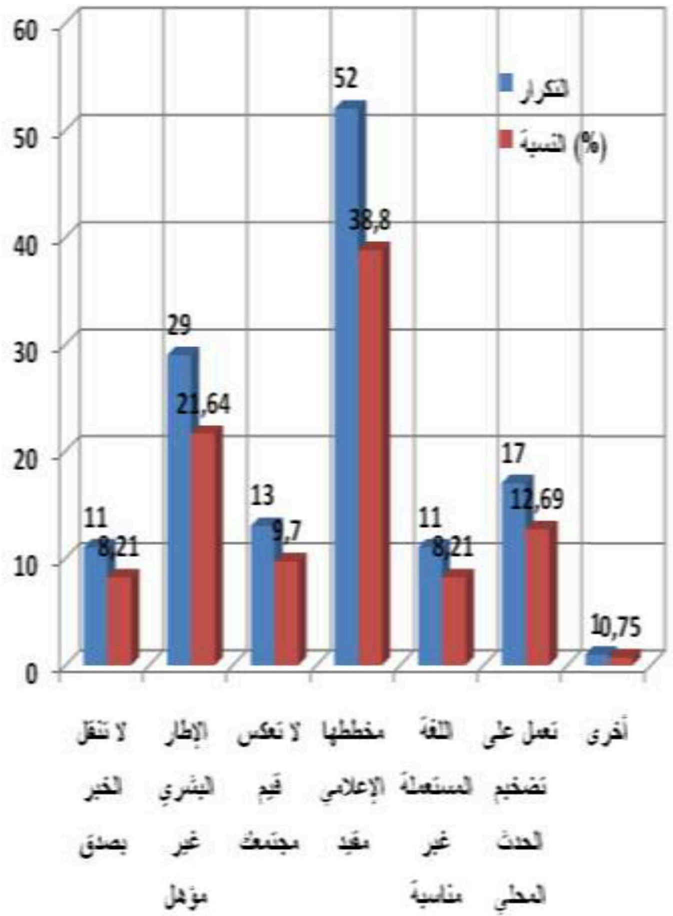
– فئة "مستوى الدراسات العليا: أبدت نسبة 15 % أي بتكرار (03) حالات من بين (20) حالة عدم رضاها التام عن أداء الإذاعة المحلية، فيما عبرت نسبة 10.53 % أي بتكرار (04) حالات من بين (38) حالة عن رضاها من أداء الإذاعة المحلية ، كذلك أكدت نسبة 10.53 % أي بتكرار حالتين من بين (19) حالة بأنها لا تبالي بأداء الإذاعة المحلية، في حين أقرت نسبة 5.41 % أي بتكرار حالتين من بين (37) حالة عدم رضاها عن أداء الإذاعة المحلية، و أخيرا أقرت نسبة 4.76 % أي بتكرار (06) حالات من بين (126) حالة الرضا التام من أداء الإذاعة المحلية.

يمكن أن نحوصل النتائج والمعطيات الميدانية كمايلي:

إن نسبة "الرضا التام" و "الرضا" عن أداء الإذاعة المحلية سجلت في فئة المستوى الثانوي، بينما أعلى نسبة في موقف "عدم الرضا" و "عدم الرضا التام" و "اللامبالاة" كانت متمركزة في فئة المستوى الجامعي. إن مثل هذا الاستنتاج يجعلنا نتساءل عن سر هذا الموقف بالنسبة لهذه الفئة من المجتمع (الجامعيين)، فهل يمكن القول أن لها موقف نقدي تجاه الأوضاع الإعلامية بصفة خاصة و الوضع الثقافي بصفة عامة ؟ و من ثمة عبرت عن موقفها بعدم الرضا، أم أن الإذاعة المحلية لم تمد جسورا حوارية و تواصلية مع هذه الشريحة ؟ و بالتالي إن الإحساس بعدم المشاركة في اتخاذ القرارات و تسيير الشؤون المحلية من طرف هذه الشريحة الحساسة استراتجيا عمق الشرخ و ساهم في تكوين رأي سلبي من طرفها. إن تخمينات كهذه تتطلب دراسة في هذا الاتجاه و تبحث في علاقة الإعلام المحلي بالمثقف عموما و الإطار الجامعي خصوصا.

الجدول رقم (93) : أسباب عدم رضا المبحوثين من أداء الإذاعة المحلية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
لا تنقل الخبر بصدق	11	8.21
الإطار البشري غير مؤهل	29	21.64
لا تعكس قيم مجتمعك	13	9.70
مخططها الإعلامي مقيد	52	38.80
اللغة المستعملة غير مناسبة	11	8.21
تعمل على تضخيم الحدث المحلي	17	12.69
أخرى تذكر	1	0.75
(*) المجموع الكلي للإجابات	134	100



الشكل (100)
أسباب عدم رضا المبحوثين من اداء الاذاعة المحلية.

(*) يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات

بالنظر إلى الجدول رقم (93) الذي يبحث عن أسباب عدم الرضا من أداء الإذاعة المحلية و من خلال البيانات الإحصائية المتوفرة لدينا من الدراسة الميدانية اتضح مايلي:

أنه من بين (134) حالة التي أحصيناها في فئة (غير راض) نجد نسبة 38.80 % من أفراد عينة البحث وبتكرار (52) حالة من إجمالي (134) حالة قد أشاروا إلى أنهم غير راضون عن أداء الإذاعة المحلية لان مخططها الإعلامي مقيد، و في هذا إشارة صريحة من طرف المستمعين إلى أن محتوى برامج الإذاعة ليس حرا بالقدر الكافي (تقييد حرية الإعلام) مما يحجب المجال للتعبير عن كل حساسيات المجتمع المحلي و كذا المجتمع برمته، و لعل هذه المعضلة المتمثلة في تقييد المخطط الإعلامي تمثل إشكالا يؤرق كل مؤسسات الإعلام بمختلف أشكالها و يمس بدرجة أكبر الدول النامية التي تعتمد على الإعلام في إنجاح سياستها و إحكام سلطتها وبسط شرعيتها.

إن إخضاع الإذاعة المحلية لوصاية السلطة بما فيها المسؤولين عنها جعلها تبتعد في الكثير من الأحيان عن واقع المواطن، و إن التركيز المكثف الذي ميز السلطة في الجزائر منذ الاستقلال شكل عائقا لنمو الإعلام الجهوي بالدرجة الأولى.

أما السبب الثاني عن عدم الرضا عن أداء الإذاعة المحلية، فقد مس الإطار البشري لعمال الإذاعة المحلية و المقصود به "الصحفيين و التقنيين" حيث أكدت نسبة 21.64 % من أفراد عينة البحث و بتكرار (29) مفردة من إجمالي (134) مفردة أن الصحفيين غير مؤهلين للقيام بدور فعال في الإذاعة المحلية، ما نتج عنه وضعية مختلة لما لهذا العنصر (الصحفيين) من دور كبير على مستوى المنتوج المعبر عنه بالبرامج الإذاعية. إن المهمة الحقيقية للصحفيين هي تقديم إعلام جهوي متوازن بعيدا عن الصراعات الأيديولوجية السمة التي كانت تميز الإذاعة المركزية و كذا الإعلام بمختلف توجهاته في الجزائر. بينما أقرت نسبة 12.69 % و بتكرار (17) حالة من بين (134) حالة بأن سبب عدم الرضا يرجع بالأساس إلى أن الإذاعة المحلية تعمل على تضخيم الحدث المحلي أكثر من اللازم، و حسب ما استقيناه من ميدان الدراسة و من مواجهة المبحوثين أن الإذاعة المحلية في معالجتها للأحداث الخاصة بالمنطقة التي تستثمر فيها جهودها سواء كانت أحداث سياسية أو اجتماعية أو ثقافية فانها تغرق في متاهات التفاصيل المحلية بحيث أنه في لحظة معينة يحس المستمعون أنهم لا يرتبطون بمعلم و نظام قيمي وطني عام يؤطر و يهيكل الأبعاد و المعطيات المحلية و بالتالي فإن التضخيم المحلي(Amplification) يؤدي إلى فقدان الذات الوطنية وتفتتها و منه تكون العلاقة مع المركز هشة نوعا ما.

فيما أشارت نسبة 9.70 % و بتكرار (13) حالة من مجموع الحالات البالغ عددها (134) بأن سبب عدم الرضا يرجع إلى أن وسيلة الإذاعة المحلية لا تعكس قيم مجتمع المستمعين و بذلك فهي تبتعد عن واقع المواطنين القيمي، و ربما يأتي هذا السبب كنقيض للسبب السابق بحيث أن الإذاعة المحلية في هذا الشأن تركز على قيم المركزية (الوطنية) و بالتالي فهي تنزع صفة المحلية و تتجرد منها لتصبح امتداد طبيعي لجهاز الإعلام المركزي الذي تمنحي فيه كل أثار الثقافة المحلية. في هذه النقطة بالضبط تكون الأمور على غاية من التعقيد ، فأي سوء توظيف في هذا المجال يمكن أن يؤدي إلى اضطرابات وظيفية داخل المجتمع المحلي خاصة إذا علمنا أن أجهزة الإعلام تعد صمامات أمان تفتح و تغلق بالتوازي مع حجم المشكلات الاجتماعية داخل المجتمع.

كما دلت الشواهد الإحصائية في الجدول رقم (93) بأن المركز الخامس فيما يخص أسباب عدم الرضا من أداء الإذاعة المحلية يرجع إلى سببين على التوالي:

- أن الإذاعة المحلية لا تنقل الخبر بصدق، و كانت نسبة المستمعين الذين اعتقدوا في هذا السبب 8.21 % و بتكرار (11) حالة من أصل (134) حالة.
- أن اللغة المستعملة في الإذاعة المحلية غير مناسبة، و كانت نسبة المستمعين الذين اقتنعوا بهذا السبب 8.21 % و كان دليلهم في ذلك اللغة المستعملة في البرامج الإذاعية ليست قريبة من بيئتهم

الاجتماعية و بالتالي لم تعمل الإذاعة المحلية على مراعاة البناء الاجتماعي و الثقافي للمستمع، فالفرد (المستمع) ينتقي عن وعي أو غير وعي الرسائل الاتصالية التي تتماشى مع قناعاته و يعتقد فيها. فمن أجل أن تحدث الإذاعة المحلية الأثر المرغوب فيه و جب عليها احترام و مراعاة الجماعات المرجعية و البناء الثقافي (اللغة، عادات، تقاليد،الدين،التاريخ) الذي ينخرط فيه المستمع و البيئة الاجتماعية التي ينتمي إليها. إن اللغة المستعملة في البرامج الإذاعية هي خليط بين الفصحى و الدارجة، حيث أنها –اللغة– كانت نتاج مراحل و سيرورات تاريخية طويلة المخاض عاشها المجتمع الجزائري و لفهمها و تشريحها يتطلب الأمر الرجوع إلى عدة أبعاد تاريخية، أنثربولوجية، و حتى جغرافية.

و في الاخير يأتي صنف "أخرى تذكر" بنسبة 0.75 % و بتكرار حالة واحدة من إجمالي (134) حالة.

و عليه يمكن لنا أن نجمل الأسباب الأساسية عن عدم الرضا من أداء الإذاعة المحلية في ثلاثة أسباب رئيسية هي:

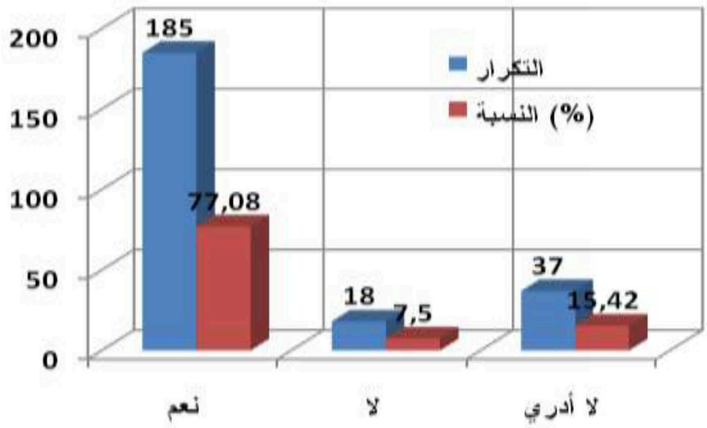
– السبب الأول: يتعلق بالسياسة العامة للإعلام في الجزائر و المتمثل في منظومة القوانين التي تسير المؤسسات الإعلامية و كذا صحفييها.

– السبب الثاني: يتعلق بشق الصحفيين (المذيعين) و يطرح هذا الجزء عدة أسئلة، منها: ما هي موصفات المذيع ؟ و ما هو مستواه ؟ و ما هو نوع التعليم الذي تلقاه ؟ و ما هو رصيده في عالم الإعلام ؟.

– السبب الثالث: هو نابع من صميم العمل الإذاعي في الميدان و تصور مفهوم الإعلام المحلي في الميدان، و ربما السبب يطرح عدة مستويات للتحليل منها ما هو مهني كالاحترافية في التعامل مع الأحداث المحلية و إعطائها حجمها الحقيقي، و كذا ما هو نصيبها من الأحداث الوطنية ، و منها ما هو ذو بعد سياسي ثقافي يطرح قضية الهوية الوطنية و الهوية المحلية و ما مفهوم المحلي و الوطني ؟ و كيف يتوصلان مع بعضهما البعض لإعطاء الصورة التي هي عليها الشخصية الجزائرية ؟ فهذان المفهومان "المحلي، الوطني" كان عبر تاريخ الدولة الجزائرية محل مد و جزر و لم ترسم له حدود إلى يومنا هذا.

الجدول رقم (94) : إسهام الإذاعة المحلية في بناء علاقات اجتماعية داخل المجتمع.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	185	77,08
لا	18	7,50
لا أدري	37	15,42
المجموع	240	100



الشكل (101)

اسهام الاذاعة المحلية في بناء علاقات اجتماعية داخل المجتمع.

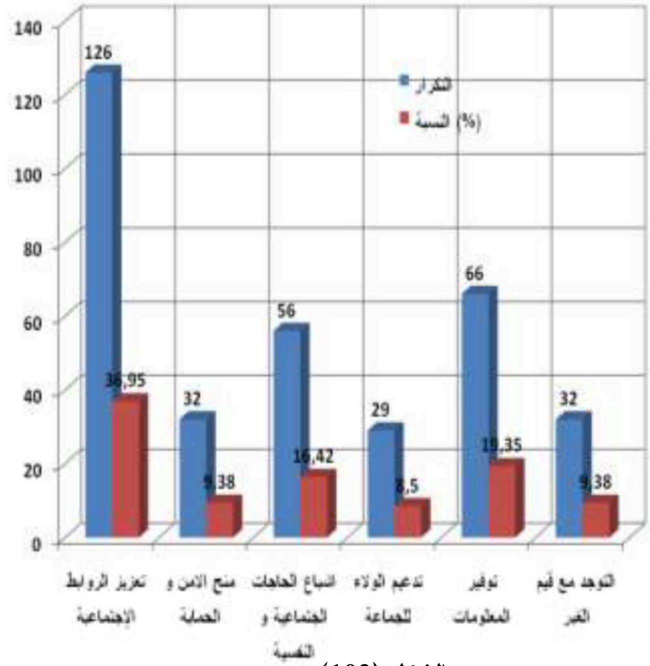
يعد بناء العلاقات الاجتماعية و تنظيمها داخل المجتمع أحد الوظائف المهمة المنوطة بوسائل الإعلام و الاتصال عامة، فعملية الاتصال تسير داخل بناء اجتماعي تحكمه قيم و معايير تتأثر بها عملية الاتصال و تؤثر فيها ، و على ضوء هذا أكدت البيانات الإحصائية أن نسبة 77.08 % من أفراد عينة البحث أكدوا بأن الإذاعة المحلية تساهم بشكل مباشر و فعال في بناء و هيكلة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، و ربما كانت أحسن وسيلة لأنها تعمل على مستوى ميكرو–مجتمعي و بالتالي يكون العمل جواري أكثر نجاعة ، فلا أحد يستطيع أن ينكر دور الإذاعة المحلية في إرساء ميكانيزمات التضامن الاجتماعي داخل المجتمع أو إصلاح ما أفسده المجتمع (المشكلات الاجتماعية) أو إيجاد حلول لمشكلات مستعصية، بالإضافة إلى أنها تعد فضاء لترتيب قيم اجتماعية ذات أولوية بالنسبة للمجتمع، و من هنا نؤكد على أن الإذاعة المحلية تعد من بين أحسن الوسائل للاندماج الاجتماعي.

فيما عبرت نسبة 15.42 % من المبحوثين عن تحفظها تجاه إسهام الإذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، و هذا ربما راجع إلى أن الرؤيا لم تتضح بعد بالنسبة إلى هذه الفئة فيما يخص دور الإذاعة المحلية بصفة عامة في مجال بناء و تركيب شبكة العلاقات الاجتماعية، في حين نفت نسبة 7.50 % من المستمعين بأن يكون للإذاعة المحلية أي إسهام و دور في بناء و هيكلة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع إيمانا منها بأن هناك مؤسسات أخرى أولى بهذه العملية و ربما تكون أنجع و أكثر فعالية و هذا ما ورد في العديد من المرات على لسان المبحوثين كمؤسسات الأسرة، المدرسة، المسجد و دور الحضانة. بالنظر إلى النتائج الميدانية و من خلال إجابات المستمعين فإن الغالبية تقر بأن الإذاعة المحلية لها دور كبير في تنظيم حركة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، ما يثبت التمفصل الأساسي بين وسائل الإعلام و الاتصال و البناء الاجتماعي الذي تسير فيه و كذا الإفرازات التي تنتج عنه في شكل علاقات تنظم المجتمع.

الجدول رقم (95) : الآليات التي تساهم بها الإذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
تعزيز الروابط الاجتماعية	126	36.95
منح الأمن و الحماية	32	9.38
إشباع الحاجات الاجتماعية و النفسية	56	16.42
تدعيم الولاء للجماعة	29	8.50
توفير المعلومات	66	19.35
التوحد مع قيم الغير	32	9.38
المجموع الكلي للإجابات [*]	341	100

[*] يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (102)

الاليات التي تساهم بها الاذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

جاء الجدول رقم(95) ليبين الآليات التي عن طريقها وبها تقوم الإذاعة المحلية ببناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، و من ثمة تحقيق أكبر قدر من الاندماج الاجتماعي، و قد أفرزت الدراسة الميدانية مايلي: أهم ميكانيزم تعمل من خلاله الإذاعة المحلية للوصول إلى عملية الاندماج الاجتماعي في المجتمع هو تعزيز الروابط الاجتماعية، حيث أكدت نسبة 36.95 % من إجمالي الإجابات و بتكرار (126) إجابة من أصل (341) على ذلك، فوسائل الاتصال بمختلف أشكالها تعمل في هذا الاتجاه من أجل حفظ النظام الاجتماعي العام و كذا تنظيم مخزون المعايير الاجتماعية و القيم الخاصة بالمجتمع المحلي، فحتى مضمون البرامج الإذاعية خاصة في شقها الاجتماعي يعمل ضمن هذا التوجه من أجل خلق نوع من التلاحم و تمتين الروابط الاجتماعية داخل المجتمع.

أما الميكانيزم الثاني الذي تعمل من خلاله الإذاعة المحلية و تساهم به في خلق و تمتين العلاقات الاجتماعية هو" توفير المعلومات" و قد جاءت نسبة 19.35 % من إجمالي الإجابات و بتكرار (66) إجابة من أصل (341) تؤكد ذلك.

و تبقى الوظيفة الأساسية و النشاط الأساسي لوسيلة الاتصال و الإعلام هي توفير المعلومة في وقتها المناسب، فتعد هذه الأخيرة إحدى الضروريات التي إذا ما استطاعت أي وسيلة إعلامية توفيرها في حينها

كان لها الأثر الايجابي الكبير على المجتمع، فعن طريق المعلومة و بها يستطيع الفرد أن يتصرف بشكل صحيح و عقلاني داخل مجتمعه و بالتالي يستطيع أن يؤسس و يبني علاقات داخل محيطه و ذلك عن طريق ما يصله من معلومات و أخبار في آنها. بدليل أن أحد أهم النشاطات الاتصالية القاعدية التي اقرها "لاسويل" تتمثل في ربط العلاقات بين مختلف أجزاء المجتمع من خلال تقديم أجوبة على انشغالات المجتمع و بذلك هي دليل دامغ على أهمية المعلومة في تكوين و بناء نسق العلاقات الاجتماعية.

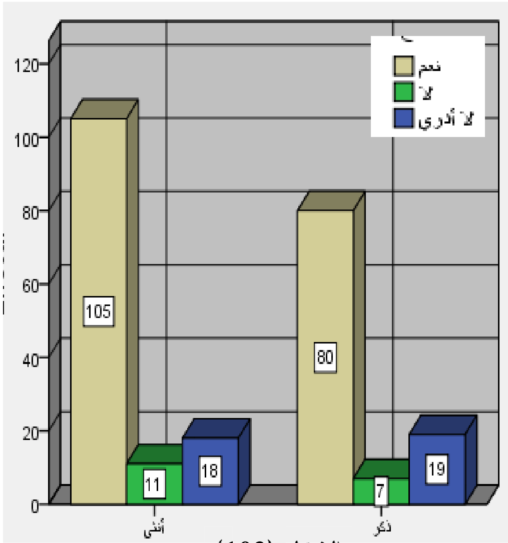
بينما حل ميكانيزم "إشباع الحاجات النفسية و الاجتماعية" في المركز الثالث، فحسب إجابات المستمعين كانت نسبته تقدر بــ16.42 % أي بتكرار (56) من أصل (341) إجابة، فالإذاعة المحلية كمؤسسة إعلامية لها تنظيمات و قوانين إذ تعتبر كهيئة معنوية تقوم على أسس و مبادئ كإرسال و توزع الرسائل في فضاء عام تسعى من خلاله لأن تكون مصدرا للأمان بالنسبة للمستمع، فهي تعمل عن طريق مختلف برامجها الإذاعية إلى أن تنقص و تذهب التوتر و الانفعال على المستمعين من خلال تقديمها لمختلف الخدمات بالنسبة للسكان المحليين و ما نقلها للتظاهرات المحلية و الاهتمام بالتراث المحلي إلا احد أوجه الإشباع النفسي الاجتماعي.

في حين احتل ميكانيزم "منح الأمن و الحماية" و "التوحد مع قيم الغير" المركز الرابع، حيث كانت نسبة الإجابات في حدود 9.38 % و بتكرار (32) من مجموع (314). إن الشيء الملفت للنظر في هذا العنصر هو ميكانيزم "التوحد مع قيم الغير" إذ باستطاعة الإذاعة المحلية أن تخلق جسورا ممتدة للمستمعين كي يتذيتوا (Identification) مع غيرهم من المستمعين و بالتالي نحن هنا أمام ظاهرة تدحض فكرة المحلية بمفهومها الضيق المنغلق على نفسه، فالإذاعة المحلية تعمل على تفعيل الموروث المحلي من خلال إبراز البعد الوطني فيه و منه محاولة توحيد الرؤى في ظل التنوع الثقافي الموجود في الجزائر ، بغية إيجاد نقطة التوازن الداخلي (الوطني) من ناحية و الخارجي (العالمية) من ناحية أخرى، فلابد من تبصر و حكمة في تصميم السياسات الإعلامية خاصة في شقها المحلي، فكل الأهالي المحليون يجب أن يعوا خصوصيتهم المحلية في ظل كل منسجم يوحدهم مع قيم أخرى عالمية.

و في الأخير احتل ميكانيزم "تدعيم الولاء للجماعة" المركز الخامس بنسبة 8.50 % و بتكرار(29) إجابة من بين (314) إجابة ، فالملاحظ على هذه النقطة أن المبحوثين لم يولوها اهتماما كبيرا مقارنة مع العناصر السابقة من حيث (الترتيب) و ينظرون إلى آلية تدعيم الولاء للجماعة كأحد الميكانيزمات الأكثر ضعفا (الأضعف) في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع عن طريق الإذاعة المحلية، و ربما دلت هذه النقطة بالذات على درجة وعي المستمع و حرصه على تقديم الميكانيزمات الفعالة و الأكثر نجاعة و عقلانية في تنظيم و بناء العلاقات الاجتماعية كتوفير المعلومات، تعزيز الروابط، إشباع الحاجات، ليخلص في الأخير إلى الميكانيزمات التقليدية التي أصبحت لاتتماشى مع قيم الحداثة التي يعيشها المجتمع.

الجدول رقم (96) : العلاقة بين متغير الجنس و مدى إسهام الإذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

الجنس / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
أنثى	التكرار	105	11	18	134
	النسبة (%)	56,76	61,11	48,65	55,83
ذكر	التكرار	80	7	19	106
	النسبة (%)	43,24	38,89	51,35	44,17
المجموع	التكرار	185	18	37	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (103)

العلاقة بين متغير الجنس و مدى اسهام الاذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

من خلال الشواهد الإحصائية التي أفرزتها الدراسة الميدانية تحصلنا على مايلي:

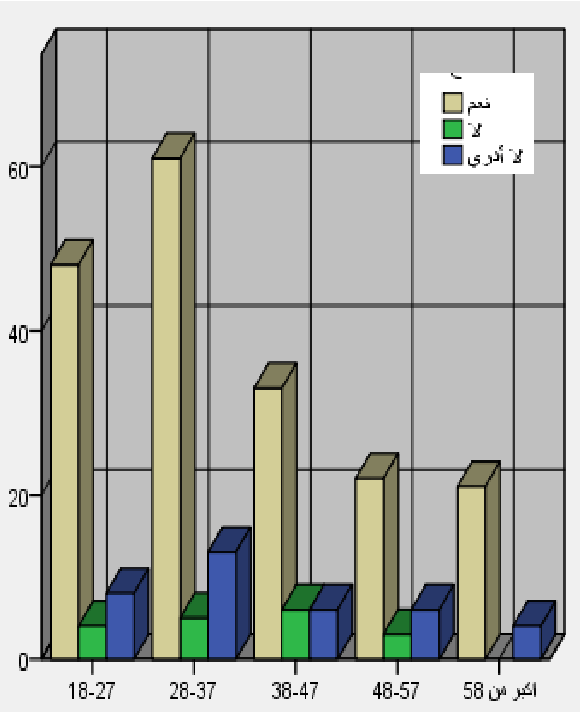
– بالنسبة لفئة الإناث: نفت نسبة 61.11 % أي بتكرار (11) حالة من مجموع (18) حالة أن يكون للإذاعة المحلية دورا في مجال بناء العلاقات الاجتماعية، فيما أيدت نسبة 56.76 % أي بتكرار (105) حالة من أصل (185) حالة بأن للإذاعة المحلية دورا فعالا في بناء شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، في حين أجابت (18) حالة من بين (37) حالة و بنسبة 48.65 % بعبارة "لا ادري" أن تساهم الإذاعة المحلية في تقوية و بناء شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

– بالنسبة لفئة الذكور: سادت حالة التردد و عدم اتضاح الرؤيا عند هذه الفئة، فقد أجابت نسبة 51.35 % أي بتكرار (19) حالة من إجمالي (37) حالة بعبارة "لا ادري" إن تسهم الإذاعة المحلية في تقوية شبكة العلاقات الاجتماعية، بينما أكدت نسبة 43.24 % أي بتكرار (80) حالة من إجمالي (185) حالة بأن للإذاعة المحلية دورا فعالا في حلقة البناء الاجتماعي للعلاقات، في حين نفت 38.89 % أي بتكرار (07) حالات من إجمالي (18) حالة بأنه ليس للإذاعة المحلية أي دور في بناء شبكة العلاقات الاجتماعية.

من خلال هذا التحليل الإحصائي يبدو أن فئة الإناث كانت أكثر اقتناعا بدور الإذاعة المحلية في مجال بناء شبكة العلاقات وإعادة تركيبها داخل المجتمع أكثر منه عند الذكور، التي سادت فيها حالة التردد و التحفظ.

الجدول رقم (97) : العلاقة بين متغير السن و مدى مساهمة الإذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

السن \ الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
27-18	التكرار	48	4	8	60
	النسبة (%)	25,95	22,22	21,62	25
37-28	التكرار	61	5	13	79
	النسبة (%)	32,97	27,78	35,14	32,92
47-38	التكرار	33	6	6	45
	النسبة (%)	17,84	33,33	16,22	18,75
57-48	التكرار	22	3	6	31
	النسبة (%)	11,89	16,67	16,22	12,92
اكبر من 58	التكرار	21	0	4	25
	النسبة (%)	11,35	0	10,81	10,42
المجموع	التكرار	185	18	37	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (104)

العلاقة بين متغير السن و مدى اسهام الاذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع

– بالنسبة لفئة (18–27) سنة: أبدت نسبة 25.95 % أي بتكرار (48) حالة من بين (185) حالة بأن الإذاعة المحلية تسهم في بناء العلاقات الاجتماعية، تليها نسبة 22.22 % أي بتكرار (04) حالات من بين (18) حالة أقرت بالنفي في مجال إسهام الإذاعة المحلية في بناء شبكة العلاقات الاجتماعية، في حين أجابت (08) حالات من أصل (37) حالة و بنسبة 21.62 % بعبارة "لا أدري" بالنسبة لدور الإذاعة المحلية في بناء منظومة العلاقات الاجتماعية في المجتمع.

– بالنسبة لفئة (28–37) سنة: تميزت هذه الفئة العمرية بالتردد، حيث أجابت (13) مفردة من بين (37) مفردة بنسبة 35.14 % بعبارة "لا أدري" إن كانت الإذاعة المحلية تقوم بدور بنائي في مجال العلاقات الاجتماعية، فيما أكدت نسبة 32.97 % أي بتكرار (61) مفردة من أصل (185) مفردة بأن الإذاعة المحلية تساهم بشكل مباشر في إرساء و تمتين العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، في حين نفت نسبة 27.78 % أي بتكرار (05) حالات من بين (18) حالة أن يكون للإذاعة المحلية دورا محوريا في بناء شبكة العلاقات الاجتماعية.

- بالنسبة لفئة (38-47) سنة: نفت نسبة 33.33 % أي بتكرار (06) حالات من بين (18) حالة أن يكون للإذاعة المحلية دورا و إسهاما في مجال العلاقات الاجتماعية، في حين أجابت (33) مفردة من بين (185) مفردة بنسبة 17.84 % بان للإذاعة المحلية دورا فعالا في بناء منظومة شبكة العلاقات الاجتماعية، و في الأخير أبدت نسبة 16.22 % أي بتكرار (06) حالات من بين (37) حالة موقفا تحفظيا من مسألة إسهام الإذاعة المحلية في بناء شبكة العلاقات.

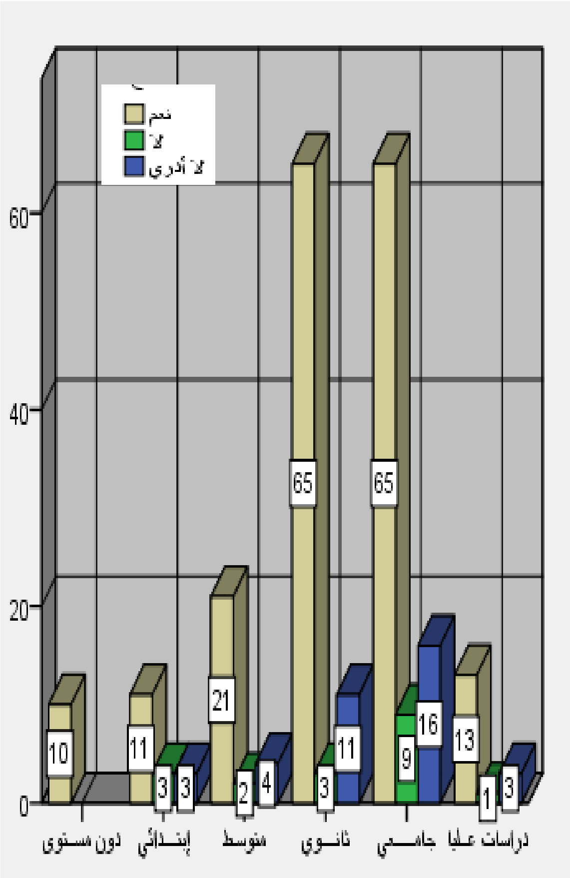
- بالنسبة لفئة (48-57) سنة: نفت نسبة 16.67 % أي بتكرار (03) حالات من بين (18) حالة بان يكون للإذاعة المحلية إسهاما في مجال تشكيل العلاقات الاجتماعية، بينما أجابت (06) حالات من بين (37) حالة بنسبة 16.22 % بعبارة "لا أدري" إن تسهم الإذاعة المحلية في بناء شبكات العلاقات الاجتماعية في المجتمع، في حين أكدت نسبة 11.89 % أي بتكرار (22) حالة من إجمالي (185) حالة بأن للإذاعة المحلية نصيبها في عملية بناء و تكوين العلاقات الاجتماعية في المجتمع.

- بالنسبة لفئة أكبر من 58 سنة: أبدت نسبة 11.35 % أي بتكرار (21) حالة من بين (185) حالة تأييدها لإسهام الإذاعة المحلية في مجال بناء منظومة شبكة العلاقات الاجتماعية، بينما أجابت (4) حالات من أصل (37) حالة و بنسبة 10.81 % بعبارة "لا أدري" إن كانت الإذاعة المحلية تسهم فعلا في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، فيما لم ترد أي حالة تنفي دور الإذاعة المحلية في تكوين شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

على ضوء المعطيات الإحصائية نلاحظ تباين في الرؤى حول مدى إسهام الإذاعة المحلية في بناء شبكة العلاقات داخل المجتمع بمعيار السن فهناك الفئات العمرية المؤيدة و تجسدت في فئة (18-27) سنة و اكبر 58 سنة، بينما نلاحظ بان هناك نفي لدور الإذاعة المحلية في بناء شبكة العلاقات الاجتماعية في الفئات العمرية (38-47) سنة و (48-57) سنة بينما ساد التردد في فئة (28-37) سنة، بمعنى أن غالبية الفئات المتقدمة في السن كان لها موقفا سلبيا من عملية بناء منظومة شبكة العلاقات الاجتماعية في المجتمع من طرف الإذاعة المحلية.

الجدول رقم (98) : العلاقة بين التحصيل العلمي و مساهمة الإذاعة المحلية في بناء علاقات اجتماعية داخل المجتمع.

المستوى	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
دون مستوى	التكرار	10	0	0	10
	النسبة (%)	5,41	0	0	4,17
ابتدائي	التكرار	11	3	3	17
	النسبة (%)	5,95	16,67	8,11	7,08
متوسط	التكرار	21	2	4	27
	النسبة (%)	11,35	11,11	10,81	11,25
ثانوي	التكرار	65	3	11	79
	النسبة (%)	35,14	16,67	29,73	32,92
جامعي	التكرار	65	9	16	90
	النسبة (%)	35,14	50	43,24	37,50
دراسات عليا	التكرار	13	1	3	17
	النسبة (%)	7,03	5,56	8,11	7,08
المجموع	التكرار	185	18	37	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (105)

العلاقة بين متغير التحصيل العلمي و مدى اسهام الاذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

أبرزت الشواهد الإحصائية الميدانية مايلي:

– بالسبة لفئة "دون المستوى": أكدت نسبة 5.41 % أي بتكرار (10) مفردات من بين (185) مفردة بان للإذاعة المحلية دورا مهما في تركيب شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، فيما لم تسجل أي حالة في الإجابة بـــ "لا" أو "لا ادري".

– بالنسبة لفئة "المستوى الابتدائي: نفت نسبة 16.67 % أي بتكرار (03) حالات من أصل (18) حالة أن يكون للإذاعة المحلية إسهام في تركيب شبكة العلاقات الاجتماعية، فيما أجابت (3) حالات من بين (37) حالة وبنسبة 8.11 % بعبارة "لا أدري" ، في حين عبرت نسبة 5.95% أي بتكرار (11) حالة من أصل (185) حالة عن تأييدها لدور الإذاعة المحلية في تشكيل النسيج الاجتماعي داخل المجتمع.

- بالنسبة لفئة "المستوى المتوسط": أكدت نسبة 11.35 % أي بتكرار (21) حالة من أصل (185) حالة على أنه للإذاعة المحلية فعالية في ترتيب شبكة العلاقات الاجتماعية، في حين نفت نسبة 11.11 % أي بتكرار حالتين من أصل (18) حالة أن يكون للإذاعة المحلية أي عمل في هذا المجال، بينما ترددت نسبة 10.81 % أي بتكرار (04) حالات من بين (37) حالة حول مسألة مساهمة الإذاعة المحلية في مجال العلاقات الاجتماعية.

- بالنسبة لفئة "المستوى الثانوي: أبدت نسبة 35.14 % أي بتكرار (65) مفردة من بين (185) مفردة اعترافها بأن للإذاعة المحلية دورا بارزا في تدعيم شبكة العلاقات الاجتماعية، بينما ترددت نسبة 29.73 % أي بتكرار (11) حالة من إجمالي (37) حالة حول قضية مساهمة الإذاعة المحلية في تنظيم و تكوين المنظومة العلائقية داخل المجتمع، في حين نفت نسبة 16.67 % أي بتكرار (03) حالات من إجمالي (18) حالة هذا الدور و الصفة عن الإذاعة المحلية.

- بالنسبة لفئة "المستوى الجامعي": نفت نسبة 50 % أي بتكرار (09) حالات من بين (18) حالة أن يكون للإذاعة المحلية دورا في مجال تشكيل العلاقات الاجتماعية، بينما أجابت (16) حالة من بين (37) حالة وبنسبة 43.24 % بعبارة "لا أدري" إن كان لها دورا، في حين أكدت نسبة 35.14 % أي بتكرار (65) حالة من بين (185) حالة بأن للإذاعة المحلية رؤيا واقعية تنظم بها العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

- بالنسبة لفئة "الدراسات العليا": ترددت نسبة 8.11 % أي بتكرار (03) حالات من أصل (37) حالة حول مساهمة الإذاعة المحلية في تنظيم شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، بينما أكدت نسبة 7.03 % أي (13) حالة من بين (185) حالة على أن للإذاعة المحلية دخل في تجسيد شبكة العلاقات في المجتمع ، في حين نفت نسبة 5.56 % أي بتكرار حالة واحدة من بين (18) حالة هذا الدور.

انطلاقا من هذه الملاحظات الإحصائية يمكن أن نخلص إلى:

- أن أعلى النسب فيما يخص التأكيد على إسهام الإذاعة المحلية في مجال العلاقات الاجتماعية سجلت في فئتي "دون المستوى" و "المستوى الثانوي".

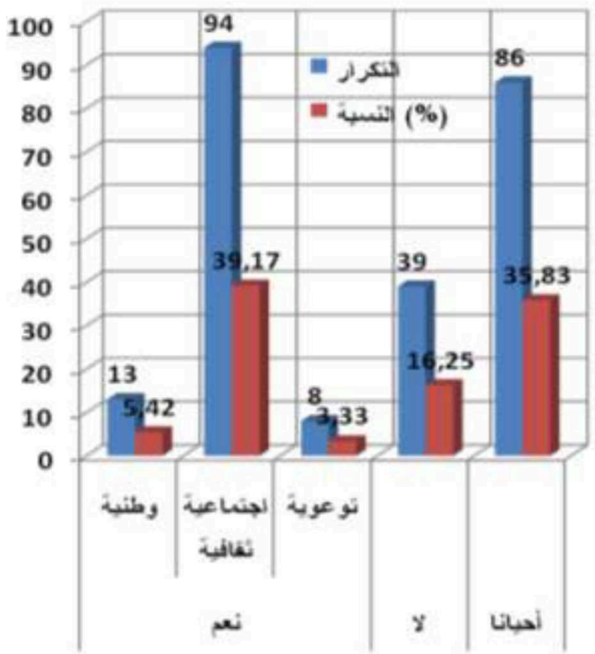
- أن أعلى النسب فيما يخص دحض دور الإذاعة المحلية في مجال تكوين شبكة العلاقات الاجتماعية سجل في فئتي "المستوى الابتدائي" و "المستوى الجامعي".

- أن أعلى النسب في التردد و الإجابة بعبارة "لا أدري" كانت متمركزة في فئة مستوى "الدراسات العليا.

و عليه يمكن الاستنتاج بأن مسألة إسهام الإذاعة المحلية في تركيب شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع لم تكن محل اتفاق من طرف المبحوثين بمعيار التحصيل العلمي، و لقد اختلفت و تباينت الرؤى من مجموعة إلى أخرى تبعا لطبيعة و خصائص كل مجموعة.

الجدول رقم (99) : القيم المكتسبة من طرف المبحوثين خلال الاستماع إلى برامج الإذاعة المحلية.

الاحتمالات		التكرار	النسبة (%)
نعم	الوطنية	13	5,42
	اجتماعية ثقافية	94	39,17
	التوعوية	8	3,33
	المجموع الجزئي	**115**	**47,92**
لا		39	16,25
أحيانا		86	35,83
المجموع		**240**	**100**



الشكل (106)
القيم المكتسبة من طرف المبحوثين خلال الاستماع الى برامج الاذاعة المحلية.

من خلال ما توفر لدينا من معطيات إحصائية حول القيم المكتسبة من خلال الاستماع إلى برامج الإذاعة المحلية، يرى 47.92% من المبحوثين أن الاستماع إلى برامج الإذاعة المحلية تزودهم بقيم و تكسبهم معايير، فيما تشير البيانات الإحصائية إلى أن نسبة 35.83 % من المبحوثين تكتسب أحيانا قيما من خلال البرامج الإذاعية التي تبثها الإذاعة المحلية، في حين نفت نسبة 16.25 % من مجتمع البحث أن يكون لبرامج الإذاعة المحلية أي تأثير على الجهاز القيمي للأفراد أي لا يكتسبون أية قيم من خل الاستماع إلى برامج الإذاعة المحلية حسب رأيهم.

و مهما يكن فلا يستطيع أي فرد سواء أكان متعلما أو غير متعلما أن يجادل حول التأثير الذي تمارسه علينا وسائل الإعلام بصفة عامة ، رغم التفاوت النسبي في التأثير بين مختلف الوسائل الإعلامية، و هذا في شتى المجالات المعرفية و الإدراكية، القيمية، السلوكية، التنظيمية.

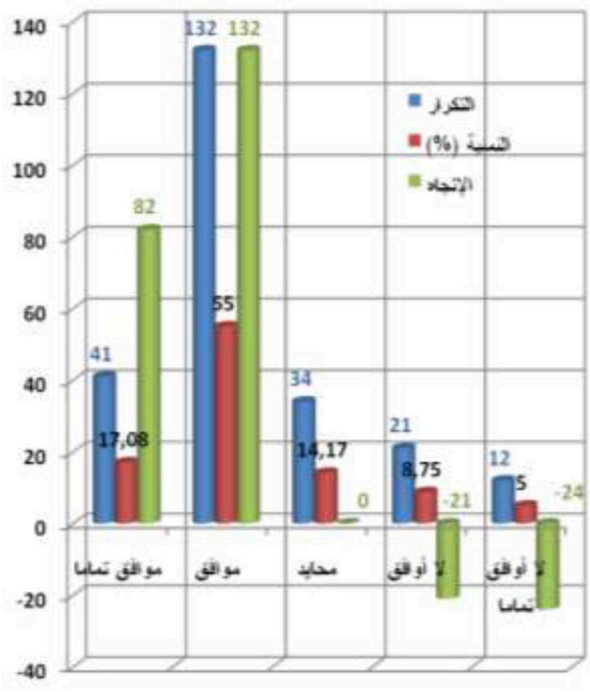
وعن طبيعة القيم المكتسبة من خلال الاستماع إلى برامج الإذاعة المحلية يوضح أفراد العينة التي أجابت (بنعم) أن طبيعة هذه القيم تتراوح ما بين قيم "وطنية" و أخرى "اجتماعية ثقافية" و أخرى "توعوية".

لقد احتلت القيم "الاجتماعية الثقافية" المركز الأول بنسبة 39.17 % أي بتكرار (94) حالة من مجموع (240)، بينما احتلت القيم الوطنية نسبة 5.42 % أي بتكرار (13) حالة من مجموع (240) حالة، فيما احتلت القيم التوعوية المركز الثالث بنسبة 3.33 % بتكرار (8 حالات من أصل 240 حالة).

تجدر الإشارة هنا إلى أن الرتبة العليا التي أولاها المستمعون كانت للقيم "الاجتماعية الثقافية"، على اعتبار أن الإذاعة المحلية لها دورا وظيفيا في صقل و تنوير المنظومة القيمية الثقافية الاجتماعية للمتلقي ، بالإضافة كذلك إلى أنها تعد أداة أساسية في خلق ميكانيزمات التوعية و كذلك زرع مختلف القيم "الوطنية" السليمة خاصة إذا علمنا أن الإذاعة تمثل قيمة رمزية عالية بالنسبة للأجيال، فهي مرتبطة بزرع الروح الوطنية في نفوس المستمعين –خاصة في أوقات الأزمات– و كذا المقاومة ضد الاستعمار بكل أشكاله من جهة ، ومن جهة أخرى لها دور حاسم في مرحلة البناء و التشييد في البلاد وصولا إلى عهد الإصلاحات المختلفة.

الجدول رقم (100) : رأي المبحوثين حول دلالات وجود الإذاعة المحلية في المجتمع و مدى الاهتمام بالثقافة المحلية.

الرأي	التكرار	النسبة (%)	القيمة x التكرار	الاتجاه
موافق تماما	41	17.08	(41) x (2+)	82+
موافق	132	55	(132) x (1+)	132+
محايد	34	14.17	(34) x (0)	0
لا أوافق	21	8.75	(21) x (1-)	21-
لا أوافق تماما	12	5	(12) x (2-)	24-
المجموع	240	100	169+	169+



الشكل (107)

راي المبحوثين حول دلالات وجود الاذاعة المحلية في المجتمع و مدى الاهتمام بالثقافة المحلية.

يكشف لنا التحليل الإحصائي الجدول رقم (100) مايلي:

– أن نسبة 55 % أي بعدد (132) مبحوث يقرون بأنهم موافقون على أن انتشار الإذاعات المحلية يعتبرون وجودها هو دليل قاطع على أن مؤسسات الدولة تولي أهمية خاصة للثقافة المحلية.

- أن نسبة 17.08 % من المستمعين المستجوبين أي بعدد (41) مفردة من عينة البحث قد كانت إجابتهم بأنهم موافقون تماما على أن تواجد الإذاعات المحلية عبر التراب الوطني و يعتبر مؤشر قوي على أن الدولة تمنح للثقافة المحلية مرتبة خاصة و ميزة في أجندتها السياسة.

- أن نسبة 14.17 % أي بعدد (34) مستمعا، صرحوا بأنهم محايدون حول قضية تواجد الإذاعات المحلية و انتشارها و مدى ارتباطها بدرجة الاهتهام بالثقافة المحلية من طرف الدولة.

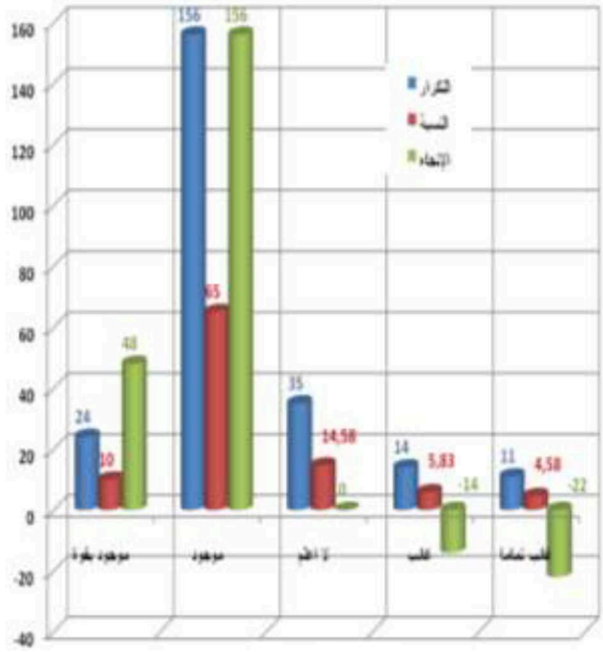
-أن نسبة 8.75 % أي بعدد (21) حالة اقروا بأنهم غير موافقون على الفرضية القائلة بارتباط وجود الإذاعة المحلية و دلالة الاهتمام بالثقافة المحلية من طرف الدولة.

- أن نسبة 5 % من المستمعين أي بتكرار (12 حالة) صرحوا على أنهم غير موافقون تماما على أن الاهتمام بالثقافة المحلية من طرف الدولة دليله وجود و انتشار الإذاعات المحلية.

و في نفس السياق يوضح الجدول (100) على أن اتجاه المستمعين نحو العلاقة بين وجود الإذاعات و انتشارها في المجتمع و درجة الاهتمام بالثقافة المحلية في ولاية قسنطينة يسير في الاتجاه الموجب و كان ذلك بدرجة عالية (+169). إن هذه النتيجة لا تدع مجالا للشك بأن غالبية المستمعين يعتقدون في أن الانفتاح و تشجيع انتشار وسائل الإعلام الجماهيري بصفة عامة هو دليل و مؤشر على النضج الديمقراطي و تجسيد واقعي للاهتمام بالثقافة المحلية التي تعد أحد المكونات الجوهرية للشخصية و الدعامة الأساسية للثقافة الوطنية.

الجدول رقم (101) : رأي المبحوثين في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي من طرف الإذاعة المحلية.

الرأي	التكرار	النسبة (%)	القيمة x التكرار	الاتجاه
موجود بقوة	24	10	(24) x (2+)	48+
موجود	156	65	(156) x (1+)	156+
لا اعلم	35	14.58	(35) x (0)	0
غائب	14	5.83	(14) x (1-)	14-
غائب تماما	11	4.58	(11) x (2-)	22-
المجموع	240	100	168+	168+



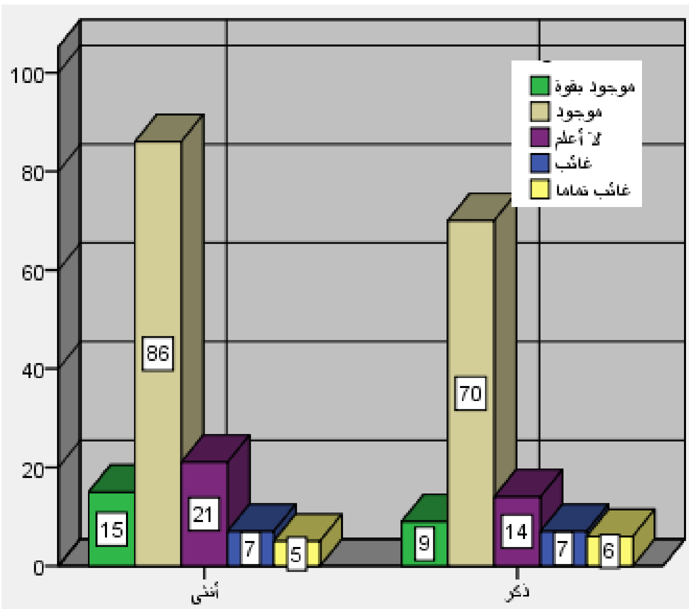
الشكل (108)
رأي المبحوثين حول الاذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي.

تؤكد الشواهد الرقمية للجدول رقم (101) بخصوص رأي المبحوثين حول الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، بأن نسبة 65 % من المستمعين أي بعدد (156) مستجوب من مفردات عينة البحث يرون أن دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي موجود، بينما أجاب 14.58 % من إجمالي عينة البحث وبتكرار (35) حالة على أن لا علم لهم بدور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، بينما يرى 10 % من عينة البحث وبتكرار (24) مفردة أن دور الإذاعة المحلية موجود بقوة في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، في حين يرى 5.83 % من المبحوثين وبتكرار (14) حالة أن الدور المفروض أن تلعبه الإذاعة المحلية هو غائب.وفي الأخير أجاب (11) مستمعا من أفراد عينة البحث أي نسبة 4.58 % بأن دور الإذاعة المحلية غائب تماما فيما يخص عملية تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي و بالتالي لا تساهم في التواصل مع المتلقي ولا تعمل على تحقيق رغباته.

بالعودة إلى الجدول رقم (101) نجد أن الاتجاه الذي يتبناه المستمعون حول دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي في ولاية قسنطينة، هو اتجاه موجب بدرجة عالية (+168) أي أن موقف المستمعون بخصوص الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية هو موقف ايجابي.

جدول رقم (102) : العلاقة بين متغير الجنس عند عينة البحث و دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي.

الجنس / الرأي		موجود بقوة	موجود	لا أعلم	غائب	غائب تماما	المجموع
أنثى	التكرار	15	86	21	7	5	134
	النسبة (%)	62,50	55,13	60	50	45,45	55,83
ذكر	التكرار	9	70	14	7	6	106
	النسبة (%)	37,50	44,87	40	50	54,55	44,17
المجموع	التكرار	24	156	35	14	11	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (109)
العلاقة بين متغير الجنس عند عينة البحث و دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي

تؤكد الشواهد الرقمية للجدول رقم (102) بخصوص العلاقة بين متغير الجنس عند عينة البحث و دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، بأن نسبة 62.50 % من المستمعات الإناث أي بعدد (15) مستجوبة من أصل (24) مستجوبة، مقابل نسبة 37.50 % من الذكور أي بعدد (09) مستجوب من أصل (24) مستجوب ترى بأن دور الإذاعة المحلية موجود بقوة في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي ، كما ترى نسبة 55.13 % أي بعدد (86) مستجوبة من أصل (156) مستجوبة مقابل نسبة 44.87% من الذكور أي بعدد (70) مستجوب من أصل (156) مستجوب بأن دور الإذاعة المحلية

موجود في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي،في حين لا تعلم نسبة 60 % من الإناث أي بعدد (21) مستجوبة من أصل (35) مستجوبة مقابل نسبة 40 % من الذكور أي بعدد (14) مستجوب من أصل (35) مستجوب بأن للإذاعة المحلية دورا في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي ، في حين يرى 50 % من المبحوثين (ذكورا و إناثا) أي بتكرار (7) مفردات لكليهما من أصل (14) مفردة أن الدور المفروض أن تلعبه الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي هو غائب ، في الأخير أجابت نسبة 54.55 % من الذكور أي بعدد (6) مستجوب من أصل (11) مستجوب مقابل نسبة 45.45 % أي بعدد (5) مستجوبة من أصل (11) مستجوبة على أن دور الإذاعة المحلية غائب تماما فيم يخص عملية تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي.

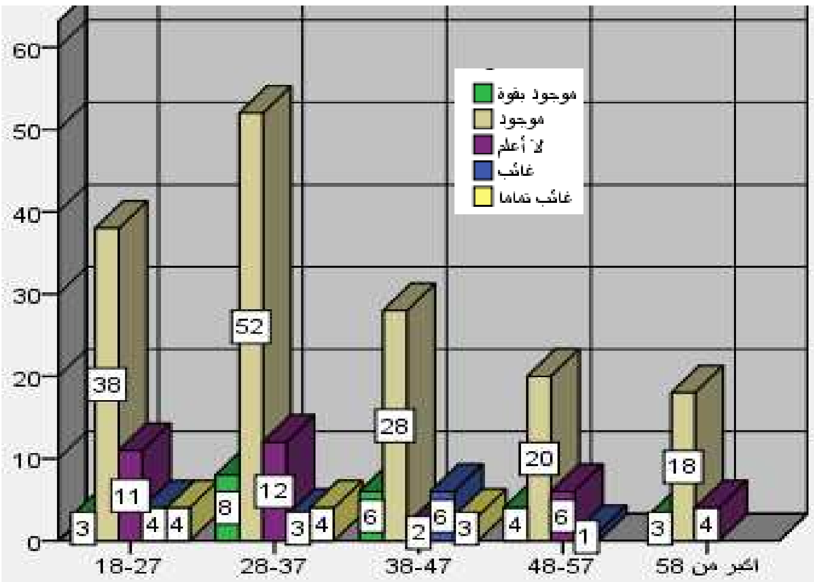
ما يمكن استخلاصه من هذا الجدول أن:

- أعلى نسبة تؤيد دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي كانت لصالح الإناث مقارنة بالذكور.
- أعلى نسبة تنفي دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي كانت من نصيب الذكور.
- أعلى نسبة في التردد حول دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي كانت من نصيب الذكور.

وعليه يمكن القول بأن فئة الإناث كانت أكثر استقرارا في قضية تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي مقارنة بالذكور.

جدول رقم (103) : العلاقة بين متغير السن لعينة البحث و دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي.

السن	الرأي	موجود بقوة	موجود	لا أعلم	غائب	غائب تماما	المجموع
27-18	التكرار	3	38	11	4	4	60
	النسبة (%)	12,50	24,36	31,43	28,57	36,36	25
37-28	التكرار	8	52	12	3	4	79
	النسبة (%)	33,33	33,33	34,29	21,43	36,36	32,92
47-38	التكرار	6	28	2	6	3	45
	النسبة (%)	25	17,95	5,71	42,86	27,27	18,75
57-48	التكرار	4	20	6	1	0	31
	النسبة (%)	16,67	12,82	17,14	7,14	0	12,92
اكبر من 58	التكرار	3	18	4	0	0	25
	النسبة (%)	12,50	11,54	11,43	0	0	10,42
المجموع	التكرار	24	156	35	14	11	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (110)
العلاقة بين متغير السن لعينة البحث و دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي

- بالنسبة لفئة (18–27) سنة: أبدت نسبة 36.36 % أي بتكرار (04) حالة من بين (11) حالة بان دور الإذاعة المحلية غائب تماما في مجال تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، بينما لا تعلم نسبة 31.43 % أي بتكرار (11) حالة من بين (35) حالة بان للإذاعة المحلية دورا في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، فيما

يرى 28.57 % من المبحوثين أي بتكرار (04) مفردات من أصل (14) مفردة أن الدور المفروض أن تلعبه الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي هو غائب، في حين أكدت نسبة 24.36 % أي بتكرار (38) حالة من بين (156) حالة بوجود دور للإذاعة المحلية في نشر و تدعيم القيم في المجتمع، و في الأخير صرحت نسبة 12.50% أي بتكرار (03) حالات من بين (24) حالة بوجود قوي للدور المفترض لها في مجال القيم.

– بالنسبة لفئة (28–37) سنة: أبدت نسبة 36.36 % أي بتكرار (04) حالات من بين (11) حالة بأن دور الإذاعة المحلية غائب تماما في مجال تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، بينما لا تعلم نسبة 34.29 % أي بتكرار (12) حالة من بين (35) حالة بأن للإذاعة المحلية دورا في تمتين القيم داخل المجتمع المحلي، فيما يرى 33.33 % من المبحوثين أي بتكرار (52) مفردات من أصل (156) مفردة أن الدور المفروض أن تلعبه الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي هو موجود ، في حين أكدت نسبة 33.33 % أي بتكرار (08) حالة من بين (24) حالة بوجود قوي لدور للإذاعة المحلية في نشر و تدعيم القيم في المجتمع، و في الأخير أدلت نسبة 21.43% أي بتكرار (03) حالات من بين (14) حالة بغياب الدور القيمي للإذاعة المحلية داخل المجتمع المحلي.

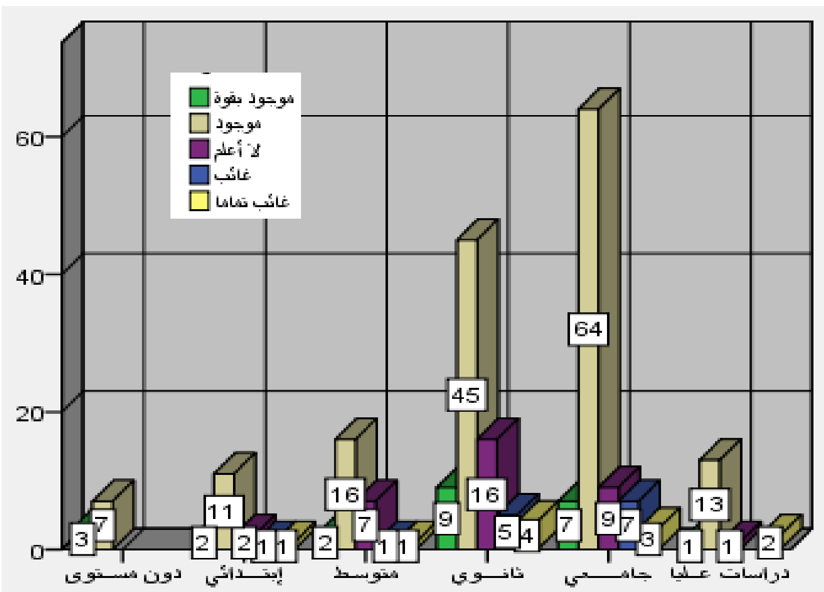
– بالنسبة لفئة (38–47) سنة: صرحت نسبة 42.86% أي بتكرار (06) حالات من بين (14) حالة بغياب الدور التدعيمي للإذاعة المحلية في مجال القيم ، كما أبدت نسبة 27.27 % أي بتكرار (03) حالات من بين (11) حالة بأن دور الإذاعة المحلية غائب تماما في مجال تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، في حين أكدت نسبة 25 % أي بتكرار (06) حالات من بين (24) حالة بوجود قوي لدور للإذاعة المحلية في نشر و تدعيم القيم في ، فيما يرى 17.95 % من المبحوثين أي بتكرار (28) مفردة من أصل (156) مفردة بأن الدور المفروض موجود ، بينما لا تعلم نسبة 5.71 % أي بتكرار (02) حالة من بين (35) حالة بأن للإذاعة المحلية دورا في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي.

– بالنسبة لفئة (48–57) سنة: لا تعلم نسبة 17.14 % أي بتكرار (06) حالة من بين (35) حالة بان للإذاعة المحلية دورا مهما في تقوية منظومة القيم داخل المجتمع المحلي، بينما أكدت نسبة 16.67 % أي بتكرار (04) حالات من بين (24) حالة بأن دور الإذاعة المحلية موجود بقوة ، فيما يرى 12.82 %
من المبحوثين أي بتكرار (20) مفردة من أصل (156) مفردة أن الدور المفروض أن تلعبه الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي موجود ، كما أدلت نسبة 7.14% أي بتكرار (01) حالة من بين (14) حالة غياب هذا الدور، فيما لم تسجل أي حالة في خانة غائب تماما.

– بالنسبة لفئة أكبر من 58 سنة: أكدت نسبة 12.50 % أي بتكرار (03) حالات من بين (24) حالة بأن دور الإذاعة المحلية موجود بقوة في نشر و تدعيم القيم في المجتمع ، فيما يرى 11.54 % من المبحوثين أي بتكرار (18) مفردة من أصل (156) مفردة أن الدور موجود ، بينما لا تعلم نسبة 11.43 % أي تكرار (04) حالة من بين (35) حالة بأن للإذاعة المحلية دور في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي ، في حين لم تسجل أي حالة في خانة غائب تماما و غائب.

جدول رقم (104) : العلاقة بين متغير التحصيل العلمي لعينة البحث و دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي.

المستوى / الرأي		موجود بقوة	موجود	لا أعلم	غائب	غائب تماما	المجموع
دون مستوى	التكرار	3	7	0	0	0	10
	النسبة (%)	12,50	4,49	0	0	0	4,17
ابتدائي	التكرار	2	11	2	1	1	17
	النسبة (%)	8,33	7,05	5,71	7,14	9,09	7,08
متوسط	التكرار	2	16	7	1	1	27
	النسبة (%)	8,33	10,26	20	7,14	9,09	11,25
ثانوي	التكرار	9	45	16	5	4	79
	النسبة (%)	37,50	28,85	45,71	35,71	36,36	32,92
جامعي	التكرار	7	64	9	7	3	90
	النسبة (%)	29,17	41,03	25,71	50	27,27	37,50
دراسات عليا	التكرار	1	13	1	0	2	17
	النسبة (%)	4,17	8,33	2,86	0	18,18	7,08
المجموع	التكرار	24	156	35	14	11	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (111)

العلاقة بين متغير التحصيل العلمي لعينة البحث و دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي.

أبرزت الشواهد الإحصائية الميدانية مايلي:

– بالسبة لفئة "دون المستوى": أكدت نسبة 12.50 % أي بتكرار (3) مفردات من بين (24) مفردة بأن للإذاعة المحلية دور مهم في تعزيز القيم و العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع المحلي وهو موجود بقوة، فيما أقرت نسبة 4.49 % أي بتكرار (7) مفردات من بين (156) مفردة حالة بأن الدور موجود ، في حين لم تسجل أي إجابة في فئة الإجابات بـــ "لا أعلم" و "غائب"و"غائب تماما".

– بالنسبة لفئة "المستوى الابتدائي: اعتبرت نسبة 9.09 % أي بتكرار (01) حالة من أصل (11) حالة دور الإذاعة المحلية غائب تماما، فيما أكدت (2) حالة من بين (24) حالة وبنسبة 8.33 % بأن للإذاعة المحلية دورا مهما في تعزيز القيم و العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع المحلي وهو موجود بقوة ، وأشارت نسبة 7.14 % أي بتكرار (01) حالة من أصل (14) حالة إلى أن دور الإذاعة المحلية غائب في مجال تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي ، كما أقرت نسبة 7.05 % أي بتكرار (11) مفردة من بين (156) مفردة بأن هذا الدور موجود، و في الأخير لا تعلم نسبة 5.71 % أي بتكرار (02) حالات من أصل (35) حالة إن كان للإذاعة المحلية دورا في هذا المجال.

– بالنسبة لفئة "المستوى المتوسط": لا تعلم نسبة 20 % أي بتكرار (07) حالات من أصل (35) حالة إن كان للإذاعة المحلية دورا في مجال تدعيم القيم ، بينما أكدت نسبة 10.26 % أي بتكرار (16) مفردات من بين (156) مفردة أن الدور موجود، في حين اعتبرت نسبة 9.09 % أي بتكرار (01) حالة من أصل (11) حالة دور الإذاعة المحلية غائب تماما، في حين ترى نسبة 8.33 % أي بتكرار (2) حالة من بين (24) حالة بأن للإذاعة المحلية دورا مهما في تعزيز القيم و العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع المحلي وهو موجود بقوة ، و في الأخير تشير نسبة 7.14 % أي بتكرار (01) حالة من أصل (14) حالة إلى أن دور الإذاعة المحلية غائب في مجال تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي.

– بالنسبة لفئة "المستوى الثانوي: لا تعلم نسبة 45.71 % أي بتكرار (16) حالة من أصل (35) حالة أن كان للإذاعة المحلية دورا في مجال تدعيم القيم، بينما أكدت بقوة نسبة 37.50 % أي بتكرار (9) مفردات من بين (24) مفردة بأن للإذاعة المحلية دورا كبيرا في تعزيز القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي و هذا الدور موجود بقوة، كما ترى نسبة 36.36 % أي بتكرار (04) حالات من أصل (11) حالة بان دور الإذاعة المحلية غائب تماما في المجال القيمي، في حين تقر نسبة 35.71 % أي بتكرار (05) حالات من أصل (14) حالة إلى أن دور الإذاعة المحلية غائب في مجال تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي، و في الأخير تشير نسبة 28.85 % أي بتكرار (45) مفردة من بين (156) مفردة بأن الدور موجود ومثبت.

– بالنسبة لفئة "المستوى الجامعي": ترى هذه الفئة بأن دور الإذاعة المحلية غائب بنسبة 50% أي بتكرار (7) حالات من بين (14) حالة ، بينما أكدت نسبة 41.03 % أي بتكرار (64) مفردة من بين (156) مفردة بأن الدور موجود، فيما شددت نسبة 29.17 % أي بتكرار (7) مفردات من بين (24) مفردة علىهذا الدور و اعتبرته موجود بقوة ، في حين أكدت نسبة 27.27 % أي بتكرار (3) مفردات

من بين (24) مفردة بان دور الإذاعة المحلية في تعزيز القيم و العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع المحلي غائب تماما، و في الأخير لا تعلم نسبة 25.71 % أي بتكرار (09) حالات من أصل (35) حالة إن كان للإذاعة المحلية دورا في مجال تدعيم القيم.

– بالنسبة لفئة "الدراسات العليا": ترى نسبة 18.18 % أي بتكرار (02) حالة من أصل (11) حالة بأن دور الإذاعة المحلية غائب تماما في مجال القيم المجتمعية، فيما أقرت نسبة 8.33 % أي بتكرار (13) مفردة من بين (156) مفردة بان الدور موجود، بينما تشير نسبة 4.17 % أي بتكرار (01) حالة من بين (24) حالة بأن للإذاعة المحلية دورا محوريا في تعزيز وتمتين القيم داخل المجتمع المحلي وهو موجود بقوة ، في حين لا تعلم نسبة 2.86 % أي بتكرار (01) حالة من أصل (35) حالة إن كان للإذاعة المحلية دورا في مجال نشر منظومة القيم في المجتمع.

انطلاقا من هذه المعطيات الإحصائية يمكن أن نخلص إلى:

– أن أعلى النسب فيما يخص التأكيد (موجود بقوة و موجود) على إسهام الإذاعة المحلية في مجال تعزيز القيم و العلاقات الاجتماعية سجلت في فئة " دون المستوى".

– أن أعلى النسب فيما يخص دحض دور الإذاعة المحلية في مجال الإسهام في تدعيم القيم الاجتماعية سجل في فئة مستوى "الدراسات العليا .

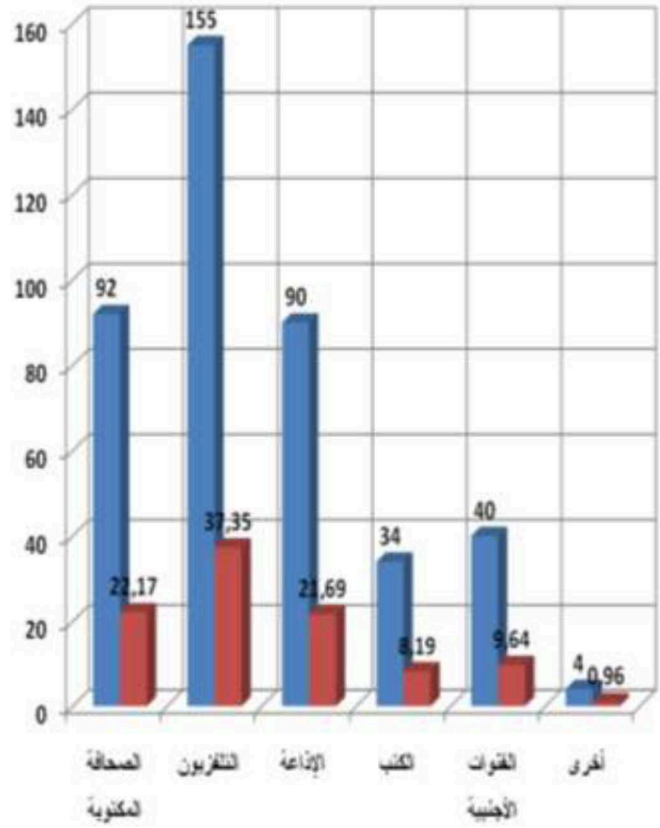
– أن أعلى النسب في التردد و الإجابة بعبارة "لا ادري" كانت متمركزة في فئتي "المستوى المتوسط" و "المستوى الثانوي".

و من ثمة يمكن الاستنتاج بأن مسألة إسهام الإذاعة المحلية في تعزيز شبكة القيم الاجتماعية داخل المجتمع لم تكن محل اتفاق من طرف المبحوثين بمعيار التحصيل العلمي.

الجدول رقم (105) : مصادر معلومات المبحوثين في المجال الثقافي و السياسي عن البلاد.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
الصحافة المكتوبة	92	22.17
التلفزيون	155	37.35
الإذاعة المسموعة	90	21.69
الكتب	34	8.19
القنوات الأجنبية	40	9.64
أخرى تذكر	4	0.96
(*) المجموع الكلي للإجابات	415	100

(*) يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (112)
مصادر معلومات المبحوثين في المجال الثقافي و السياسي للبلاد.

تبين النسب الإحصائية للجدول رقم (105) أن (155) إجابة من مجموع احتمالات إجابات عينة البحث أي بنسبة 37.35 % قد أكدت على أن مصدر تصور المبحوثين للمجال الثقافي و السياسي للبلاد مستمد من جهاز التلفزيون، في حين أن نسبة 22.17 % وبتكرار (92) إجابة من أصل (415) إجابة قد أفصحت على أن جزء مهم من المبحوثين يعتمدون على وسيلة الصحافة المكتوبة كمصدر لمعلوماتهم عن المجال الثقافي و السياسي للبلاد، و انطلاقا من هذه المعلومات يكونون صورة واضحة المعالم عن الثقافة و السياسة في البلاد. بينما عبرت نسبة 21.69 % من إجمالي الإجابات و بتكرار (90) إجابة من مجموع الإجابات البالغ عددها (415) إجابة عن فئة المبحوثين الذين شكلت لهم الإذاعة الوطنية الدعامة الأساسية في تكوين خلفية عن المشهد السياسي و الثقافي في الجزائر، و قد أكد العديد من المبحوثين على هذا الدور الايجابي الذي لعبته الإذاعة الوطنية في فترة زمنية- تاريخية- معينة امتازت

بنقص الإمكانيات التقنية و المادية للمجتمع الجزائري وكذا غياب أي نوع من الاتصال بالعالم الخارجي، فيما أقرت نسبة 9.64 % من الإجابات و بتكرار (40) إجابة من بين (415) إجابة، بأن هناك فئة من المستجوبين كانوا يستمدون تصوراتهم و ادراكاتهم المعرفية حول السياسة و الثقافة من القنوات الأجنبية سواء الإذاعية أو التلفزية (الفضائية) كما شكلت نسبة 8.19 % من الإجابات حصة المبحوثين الذين كانوا يستقون معارفهم عن السياسة و الثقافة من الكتب. و في الأخير ورد صنف "أخرى تذكر" بنسبة لا تتعدى 1 % و بتكرار (4) إجابات من (415) إجابة.

ما يمكن استنتاجه من خلال هذا الجدول مايلي:

– هيمنة و سيطرة التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية من بين الوسائل الأخرى على الأنظمة الإدراكية و المعرفية للمستجوبين (المستمعين) ، و أصبح يشكل لهم الخلفية الأساسية لتكوين المعرفة و التصورات الذهنية عن العديد من المجالات و لعل أبرزها الثقافة و السياسة و التاريخ.

– تراجع وسيلة الكتاب إلى المرتبة ما قبل الأخيرة، رغم ما له من فائدة حقيقية في تكوين النظام المعرفي و الإدراكي و التصوري و النقدي للأفراد، و لعل أن هذه الوسيلة هي الأنجع من بين هذه الوسائل. إن هذه المرتبة تدل كذلك على تراجع المقروئية في المجتمع الجزائري و تحفيز الصورة و الصوت في مقابل ذلك.

– احتلت الإذاعة المسموعة المرتبة الثالثة من بين الوسائل الأخرى و تقترب بكثير من المرتبة الثانية التي تحتلها الصحافة المكتوبة، ما يدل على شراسة التعايش بين هذه الوسائل في ظل عولمة وسائل الاتصال و انتشار التكنولوجيات الحديثة خاصة في مجال الإعلام و الاتصال. لقد أصبح مفعول بعض الوسائل الإعلامية مهدد و قد إمتص مفعوله و بفعل انتشار التكنولوجيات الحديثة .

– زحف القنوات الأجنبية في مجال الشرح و التفسير لتشكل تصورا في المجال الثقافي و السياسي. إن لهذا الزحف من الخطر خاصة في تشكيل صور و نماذج خاطئة عند الشباب .

الجدول رقم (106) : ترتيب مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و"الدين" بناءً على درجة بروزها في الإذاعة المحلية.

الشدة / المواضيع	1		2		3		4		5		المجموع	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
الوطن	**75**	**31.25**	44	18.33	52	21.67	41	17.08	28	11.67	240	100
الثقافة الوطنية	48	20	**63**	**26.25**	46	19.17	54	22.50	29	12.08	240	100
التاريخ الوطني	48	20	53	22.08	**60**	**25**	56	23.33	23	9.58	240	100
الهوية الوطنية	22	9.17	60	25	45	18.75	**72**	**30**	41	17.08	240	100
الدين	33	13.75	38	15.83	36	15	42	17.50	**91**	**37.92**	240	100



الشكل (113)

ترتيب مواضيع "الوطن"،"الثقافة الوطنية"،"التاريخ الوطني"،"الهوية الوطنية" و"الدين" بناءً على درجة بروزها في الإذاعة المحلية

لقد احتفظنا في هذا الجدول بأبعاد يبدوا أن لها معنى بالنسبة لموضوع دراستنا(هذا لب الفرضية الأخيرة في الدراسة)،لأنه في تقديرنا بأن هذه الأبعاد الخمسة يمكن أن تجسد شبكة معقدة من المعطيات تسمح للأفراد بالاندماج الاجتماعي الملائم في مجتمعهم.[1]

---

[1] كان استخراج هذه الإبعاد بناء على مناقشات مستفيضة مع باحثين و مختصين جامعيين ، كما أنه يمكن لباحثين آخرين التنويع في المؤشرات حسب ما يتلاءم و مستويات التحليل المطلوبة.

لقد كان ترتيب هذه المواضيع حسب درجة بروزها في الإذاعة المحلية كمايلي:

- احتل موضوع "الوطن" المرتبة الأولى من حيث حجم البروز في الإذاعة المحلية حسب أفراد عينة البحث بنسبة 31.25 % و بتكرار (75 حالة من أصل 240 حالة).

- فيما احتل موضوع 'الثقافة الوطنية" المركز الثاني في ترتيب المستمعين من حيث درجة الحضور في برامج الإذاعة المحلية بنسبة 26.25 % و بتكرار (63 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 240 حالة).

- بينما احتل موضوع "التاريخ الوطني" المرتبة الثالثة في الترتيب العام من حيث الشدة بالنسبة للمستمعين و ذلك بنسبة 25 % أي بتكرار (60 حالة من أصل 240 حالة).

- كما احتل موضوع "الهوية الوطنية" المركز الرابع من بين المواضيع الخمسة، و أكدت نسبة 30 % من إجمالي المستمعين على هذه المرتبة و بتكرار (72 حالة من مجموع 240 حالة).

- في حين احتل موضوع "الدين" المرتبة الخامسة و الأخيرة، حيث سجلنا نسبة 37.92 % و بتكرار (91 حالة من إجمالي 240 حالة).

إن صناعة البرامج الإذاعية (من حيث المضمون) و انتقائها عملية معقدة و هذا بإجماع المختصين و مجتمع البحث ، إلا أن استيعاب مضمونها من طرف المستمع تبقى غاية يصبو إليها المتلقي . لقد جاءت المواضيع مرتبة وفق منطق معين انطلاقا من معطى "الوطن" في الدرجة الأولى إذ لا يخفى على أحد الحضور القوي لهذا المؤشر (الرمز) في جميع برامج الإذاعة المحلية و هذا منطقي إلى حد ما، حتى يبقى المجتمع المحلي –المستمع المحلي– في حالة ارتباط دائمة مع المركز أو الوطن الأم، و لا يشك أحد في الدور الوظيفي للإذاعة المحلية في هذا الاتجاه. يؤطر هذا البعد مؤشر "الثقافة الوطنية" و المقصود بها كل الموروثات و الأطياف الثقافية المحلية متشابكة و التي ترسبت عبر تاريخ الجزائر الطويل، إذ يمثل موضوع "الثقافة الوطنية" للمستمع تلك الذاكرة الجماعية عبر التاريخ و التي تحاول إبراز البعد الثقافي الوطني داخل التراث المحلي و يمكن اعتبار هذه العملية ذات حدين هما:

- الأول:عبارة عن آلية للمراقبة الاجتماعية على كل ما هو محلي أي "لامركزي".

- الثاني: يعبر عن ارتباط عضوي بين المجتمع المحلي و المجتمع الكبير حتى تبقى العلاقة منسجمة بينهما.

و كما ورد في دفتر أعباء مؤسسة الإذاعة في المادة (11) منه انها تشجع على بث الثقافة الوطنية بجميع خصوصياتها و ابعادها.

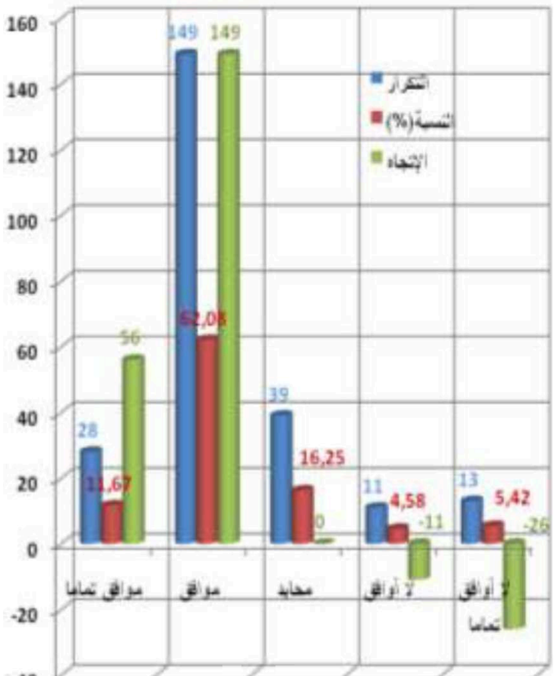
و بتحكم موضوع "التاريخ الوطني" و المتمثل في الثوابت التاريخية المكتسبة و المشكلة للمخيلة الاجتماعية للفرد و المستمع الجزائري و المتفق عليها سواء عن طريق الأحداث التاريخية أو ما انجر عنها من تأويلات في المؤشرين الأولين. إذ يعد "التاريخ الوطني" المحرك الفعلي لمختلف البرامج الإذاعية و حتى التلفزيونية فالإطار العام للبرمجة لا يخرج عن هذه الحدود بل و يتعين على المؤسسة أن تقوم بإنجاز حصص منتظمة حول تاريخ الجزائر المعاصر و بخاصة حرب التحرير الوطنية (المادة 24).

ثم تتجسد هذه المؤشرات متشابكة في الواقع من خلال انصهارها في "الهوية الوطنية" التي طالما كانت محل جدل و نقاش في الأوساط الأكاديمية و السياسية، و لعل أهم نقطة أثارتها مسألة الإذاعة المحلية مصير "الهوية الوطنية" في ظل الإقرار بالهوية المحلية، فكان الخوف و اشد الخوف من طرف السلطات السياسية بالإضافة إلى "لامركزية الكلمة" ، هو مسألة زعزعة بعض الثوابت سواء كانت تاريخية أو ثقافية أو اجتماعية و التي كانت إلى وقت بعيد محل اتفاق عام. و بالفعل لقد ساعدت الإذاعة المحلية في إرساء الحوار في هذا الاتجاه أي الإقرار بالمحلي في جميع أبعاده و لكن المسالة الثقافية في الجزائر تبقى ذات بعد نسبي.

يأتي في الأخير معطى "الدين و الذي يعتبر الركيزة الأقل جدلا و الأقل حضورا و بروزا حسب أفراد عينة البحث، فهو اقل جدلا على اعتبار أن القضية مفروغ منها فالمجتمع الجزائري مسلم منذ فترة طويلة.إن الحضور الضئيل لموضوع الدين بمفهومه الواسع و بتعدده في المجتمعات المتنوعة (إسلام، مسيحية، يهودية) حسب المستمعين يرجع إلى غياب فلسفة إعلامية في مجال إعداد الخطط البرامجية للإذاعة المحلية ، ما اعتبره المبحوثون نقطة سواء بالنسبة لوسائل الإعلام الاتصال والجزائرية عامة، فعدا الإشارة إلى أن المؤسسة تبرمج و تبث البرامج الدينية عبر قنواتها المختلفة لا سيما خطبة الجمعة و الأعياد الدينية(المادة22) فلا توجد أية إشارة اخرى تتضمن النشاط الديني بمفهومه الواسع.

الجدول رقم (107) : رأي المبحوثين حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين".

الرأي	التكرار	النسبة(%)	القيمة x التكرار	الاتجاه
موافق تماما	28	11.67	(28) x (2+)	56+
موافق	149	62.08	(149) x (1+)	149+
محايد	39	16.25	(39) x (0)	0
لا أوافق	11	4.58	(11) x (1-)	11-
لا أوافق تماما	13	5.42	(13) x (2-)	26-
المجموع	240	100	168+	168+



الشكل (114)

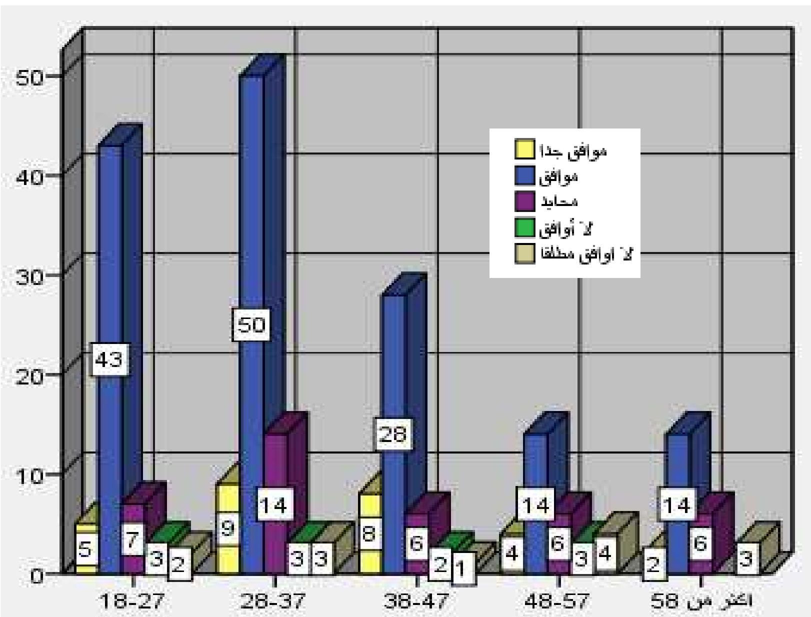
رأي المبحوثين حول رؤية الاذاعة الوطنية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين".

أما بخصوص رؤية الإذاعة المحلية اتجاه المواضيع المبينة أعلاه فقد أكد أكثر من نصف مجتمع البحث بنسبة 62.08 % أي بتكرار (149) مستمعا بأنهم يوافقون رؤية الإذاعة المحلية اتجاه المواضيع السابقة الذكر برمتها، بينما أبدت نسبة 16.25 % من أفراد عينة البحث و بتكرار (39) حالة، حيادها أي أن المستمعين لا يتبنون و لا يرفضون رؤية الإذاعة المحلية للمواضيع الخمسة المطروحة، فيما أقرت نسبة 11.67 % موافقتها التامة التي تنسجم مع رؤيا الإذاعة المحلية لمواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين". في حين أبدت نسبة 5.42 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة و عدم انسجامها مع رؤيا الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المذكورة سابقا، و أخيرا لم توافق نسبة 4.58 % و بتكرار (13) مفردة على نظرة و تصور الإذاعة المحلية للمواضيع الخمسة السابقة.

وفي سياق آخر يبين الجدول رقم (107) الاتجاه الذي ينظر به المستمعون إلى رؤيا الإذاعة المحلية اتجاه "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، حيث كان الاتجاه موجبا بدرجة عالية (+168) ما يعني أن المستمعين يقيمون بنظرة ايجابية للمعالجة الإذاعية للمواضيع السابقة و مضمونها، و بالتالي نلاحظ هنا نوع من الانسجام و التناغم بين المرسل و المتلقي من الناحية الاتصالية .

جدول رقم (108) : العلاقة بين متغير السن لعينة البحث و رأي المبحوثين حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين".

السن	الرأي	موافق جدا	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق مطلقا	المجموع
27-18	التكرار	5	43	7	3	2	60
	النسبة (%)	17,86	28,86	17,95	27,27	15,38	25
37-28	التكرار	9	50	14	3	3	79
	النسبة (%)	32,14	33,56	35,90	27,27	23,08	32,92
47-38	التكرار	8	28	6	2	1	45
	النسبة (%)	28,57	18,79	15,38	18,18	7,69	18,75
57-48	التكرار	4	14	6	3	4	31
	النسبة (%)	14,29	9,40	15,38	27,27	30,77	12,92
أكبر من 58	التكرار	2	14	6	0	3	25
	النسبة (%)	7,14	9,40	15,38	0	23,08	10,42
المجموع	التكرار	28	149	39	11	13	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (115)
العلاقة بين متغير السن لعينة البحث و رأي المبحوثين حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين".

- بالنسبة لفئة (18-27) سنة: أكدت نسبة 28.86 % أي بتكرار (43) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، بينما أبدت نسبة 27.27 % من المستجوبين أي بتكرار (03) حالات من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤية الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المذكورة سابقا، فيما أعلنت نسبة 17.95 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (07) حالات من بين (39) حالة حيادها، في حين وافقت بشدة نسبة 17.86 % أي بتكرار (05) حالات من بين (28) حالة على تصور الإذاعة المحلية تجاه المواضيع السالفة، و في الأخير أبدت نسبة 15.38 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة أي بتكرار (02) حالة من بين (13) حالة و عدم انسجامها مع رؤيا الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المذكورة سابقا.

- بالنسبة لفئة (28-37) سنة: أعلنت نسبة 35.90 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (14) حالة من بين (39) حالة حيادها، بينما أكدت نسبة 33.56 % أي بتكرار (50) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، في حين وافقت بشدة نسبة 32.14 % أي بتكرار (09) حالات من بين (28) حالة تصور الإذاعة المحلية بينما أبدت نسبة 27.27 % من المستجوبين أي بتكرار (03) حالات من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤية الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المذكورة سابقا ، و في الأخير أبدت نسبة 23.08 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة أي بتكرار (03) حالات من بين (13) حالة .

- بالنسبة لفئة (38-47) سنة: صرحت نسبة 28.57% أي بتكرار (08) حالات من بين (28) حالة بأنها توافق تماما رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، بينما أكدت نسبة 18.79 % أي بتكرار (28) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية، بينما أبدت نسبة 18.18 % من المستجوبين أي بتكرار (02) حالة من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤية الإذاعة المحلية تجاه المواضيع السابقة، فيما أعلنت نسبة 15.38 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (06) حالات من بين (39) حالة حيادها، و في الأخير أبدت نسبة 7.69 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة أي بتكرار (01) حالة من بين (13) حالة.

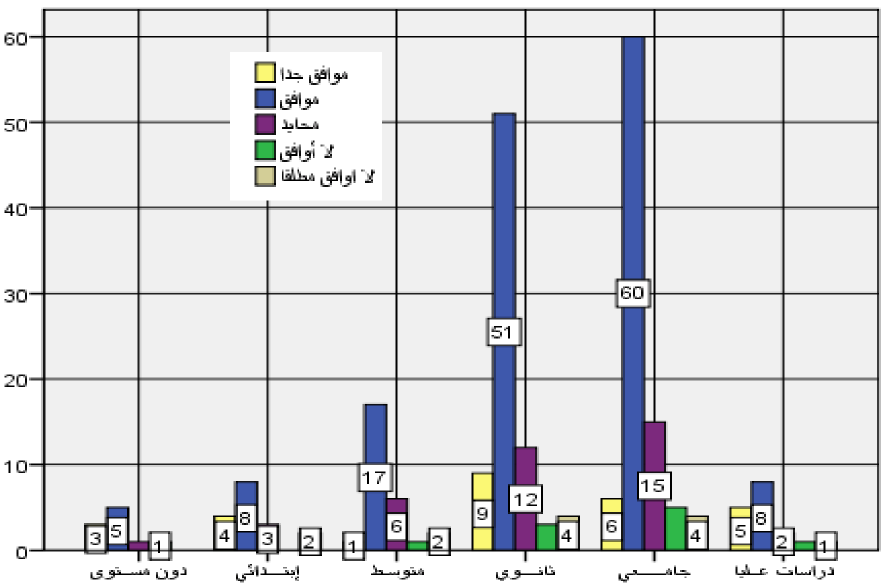
- بالنسبة لفئة (48-57) سنة: أبدت نسبة 30.77 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة و بتكرار (04) حالات من بين (13) حالة و عدم تناغمها مع تصور الإذاعة المحلية تجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، بينما أبدت نسبة 27.27 % من المستجوبين أي بتكرار (03) حالات من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤيا الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المذكورة، كما

أعلنت نسبة 15.38 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (06) حالات من بين (39) حالة حيادها، بينما وافقت بشدة نسبة 14.29 % أي بتكرار (04) حالات من بين (28) حالة تصور الإذاعة المحلية ، في حين أكدت نسبة 9.40 % أي بتكرار (14) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية اتجاه المواضيع المطروحة.

- بالنسبة لفئة أكبر من 58 سنة: أبدت نسبة 23.08 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة أي بتكرار (03) حالات من بين (13) ، كما أعلنت نسبة 15.38 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (06) حالات من بين (39) حالة حيادها، في حين أكدت نسبة 9.40 % أي بتكرار (14) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية اتجاه المواضيع المطروحة ، بينما وافقت بشدة نسبة 7.14 % أي بتكرار (02) حالة من بين (28) حالة تصور الإذاعة المحلية ، في حين لم تسجل أي حالة في خانة عدم الموافقة .

جدول رقم (109) : العلاقة بين متغير التحصيل العلمي لعينة البحث و رأي المبحوثين حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين".

المستوى \ الرأي		موافق جدا	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق مطلقا	المجموع
دون مستوى	التكرار	3	5	1	1	0	10
	النسبة (%)	10,71	3,36	2,56	9,09	0	4,17
ابتدائي	التكرار	4	8	3	0	2	17
	النسبة (%)	14,29	5,37	7,69	0	15,38	7,08
متوسط	التكرار	1	17	6	1	2	27
	النسبة (%)	3,57	11,41	15,38	9,09	15,38	11,25
ثانوي	التكرار	9	51	12	3	4	79
	النسبة (%)	32,14	34,23	30,77	27,27	30,77	32,92
جامعي	التكرار	6	60	15	5	4	90
	النسبة (%)	21,43	40,27	38,46	45,45	30,77	37,50
دراسات عليا	التكرار	5	8	2	1	1	17
	النسبة (%)	17,86	5,37	5,13	9,09	7,69	7,08
المجموع	التكرار	28	149	39	11	13	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (116)
العلاقة بين متغير التحصيل العلمي لعينة البحث و رأي المبحوثين حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين".

– بالنسبة لفئة "دون المستوى": أعلنت نسبة 2.56 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (01) حالة من بين (39) حالة حيادها حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين"، بينما أكدت نسبة 3.36 % أي بتكرار (5) حالات من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية اتجاه هذه المواضيع ، في حين وافقت بشدة نسبة 10.71 % أي بتكرار (03) حالات من بين (28) حالة تصور الإذاعة المحلية، بينما أبدت نسبة 9.09 % من المستجوبين أي بتكرار (01) حالة من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤية الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المذكورة سابقا ، في حين لم تسجل أي حالة في خانة عدم الموافقة التامة.

– بالنسبة لفئة "المستوى الابتدائي: أبدت نسبة 15.38 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة أي بتكرار (02) حالة من بين (13) حالة و عدم انسجامها مع رؤيا الإذاعة المحلية تجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين" ، كما أعلنت نسبة 7.69 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (03) حالات من بين (39) حالة حيادها حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين"، في حين أكدت نسبة 5.37 % أي بتكرار (08) حالات من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية اتجاه المواضيع المطروحة، بينما وافقت بشدة نسبة 14.29 % أي بتكرار (04) حالات من بين (28) حالة تصور الإذاعة المحلية ، في حين لم تسجل أي حالة في خانة عدم الموافقة .

– بالنسبة لفئة "المستوى المتوسط": أعلنت نسبة 15.38 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (06) حالات من بين (39) حالة حيادها حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين"، بينما أبدت نسبة 15.38 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة أي بتكرار (02) حالة من بين (13) حالة ، فيما أكدت نسبة 11.41 % أي بتكرار (17) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية ، كما أبدت نسبة 9.09 % من المستجوبين أي بتكرار (01) حالة من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤية الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المذكورة سابقا ، في حين وافقت بشدة نسبة 3.57 % أي بتكرار (01) حالة من بين (28) حالة تصور الإذاعة المحلية .

– بالنسبة لفئة "المستوى الثانوي: أكدت نسبة 34.23 % أي بتكرار (51) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، كما صرحت نسبة 32.14% أي بتكرار (09) حالات من بين (28) حالة بأنها توافق تماما رؤية الإذاعة المحلية ، بينما أعلنت نسبة 30.77 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (12) حـــالة

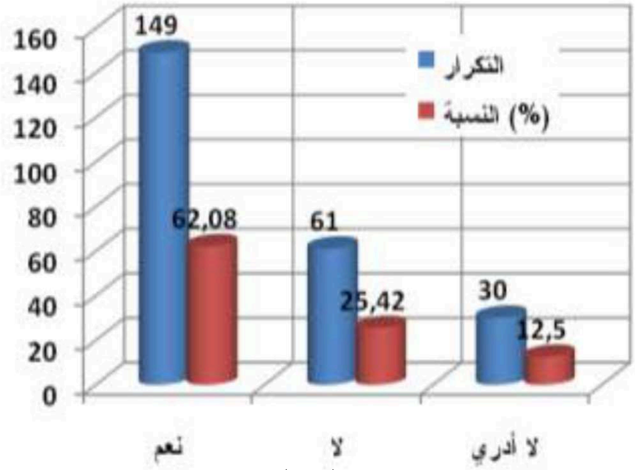
من بين (39) حالة حيادها، و أبدت نسبة 30.77 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة أي بتكرار (04) حالات من بين (13) حالة ، في حين أبدت نسبة 27.27 % من المستجوبين أي بتكرار (03) حالات من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤية الإذاعة المحلية حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين".

- بالنسبة لفئة "المستوى الجامعي": أبدت نسبة 45.45 % من المستجوبين أي بتكرار (05) حالات من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤيا الإذاعة المحلية تجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، كما أقرت نسبة 40.27 % أي بتكرار (60) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية اتجاه المواضيع المطروحة، كما أعلنت نسبة 38.46 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (15) حالة من بين (39) حالة حيادها ، فيما أدلت نسبة 30.77 % من المستجوبين بعدم موافقتها التامة و بتكرار (04) حالات من بين (13) حالة و عدم انسجامها مع رؤيا الإذاعة المحلية تجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، بينما وافقت بشدة نسبة 21.43 % أي بتكرار (06) حالات من بين (28) حالة تصور الإذاعة المحلية.

- بالنسبة لفئة "الدراسات العليا": وافقت بشدة نسبة 17.86 % أي بتكرار (05) حالة من بين (28) حالة تصور الإذاعة المحلية حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين" ، كما أبدت نسبة 9.09 % من المستجوبين أي بتكرار (01) حالة من بين (11) حالة عدم موافقتها لرؤية الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المذكورة سابقا، بينما أبدت نسبة 7.69 % من المستجوبين عدم موافقتها التامة أي بتكرار (01) حالة من بين (13) حالة، فيما أكدت نسبة 5.37 % أي بتكرار (08) حالة من بين (149) حالة الموافقة على رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، و في الأخير أعلنت نسبة 5.13 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (02) حالة من بين (39) حالة حيادها من هذه المسألة.

الجدول رقم (110) : كفاية برامج الإذاعة المحلية في تزويد المبحوثين بخصوص مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين".

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	149	62,08
لا	61	25,42
لا أدري	30	12,50
المجموع	240	100



الشكل (117)

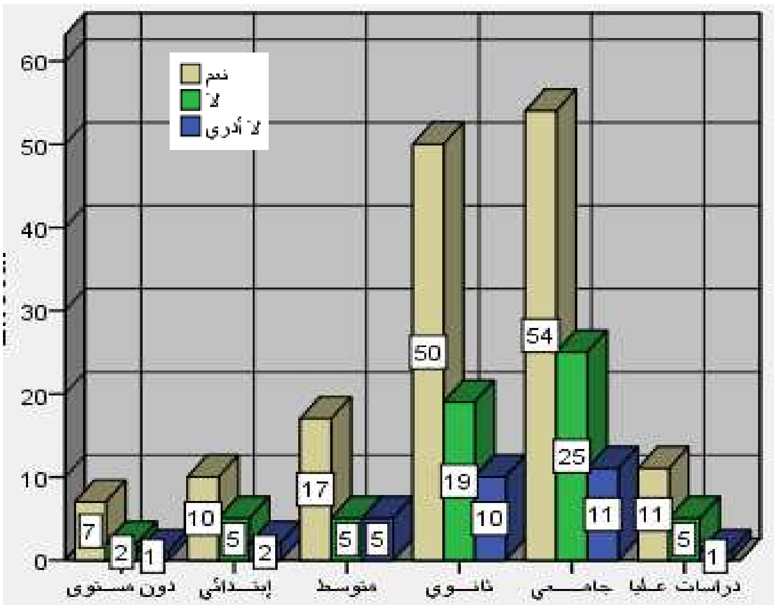
كفاية برامج الاذاعة المحلية في تزويد المبحوثين بخصوص "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين".

تشير الشواهد الإحصائية للجدول رقم (110) إلى أن أكثر من نصف مجتمع البحث بنسبة 62.08 % من إجمالي عينة البحث يؤكدون على كفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال التزود بالمعلومات اللازمة حول موضوع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، بينما نفت نسبة 25.42 % من المستمعين كفاية المعالجة بالمعلومات عن مثل هذه المواضيع، ربما لأنها لا ترى في الإذاعة المحلية الوسيلة الأنسب لذلك، في حين أبدت نسبة 12.50 % من المستجوبين تحفظا اتجاه توفر المعلومات انطلاقا من برامج الإذاعة المحلية بخصوص مواضيع بعينها.

نستنتج من خلال هذا الجدول أنه ينسجم في الطرح مع الجدول السابق (جدول رقم 107) حول راي المبحوثين حقل رؤية الإذاعة المحلية تجاه نفس المواضيع.

جدول رقم (111) : العلاقة بين متغير التحصيل العلمي لعينة البحث وكفاية برامج الإذاعة المحلية في تزويد المبحوثين بخصوص "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين".

المستوى \ الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
دون مستوى	التكرار	7	2	1	10
	النسبة (%)	4,70	3,28	3,33	4,17
ابتدائي	التكرار	10	5	2	17
	النسبة (%)	6,71	8,20	6,67	7,08
متوسط	التكرار	17	5	5	27
	النسبة (%)	11,41	8,20	16,67	11,25
ثانوي	التكرار	50	19	10	79
	النسبة (%)	33,56	31,15	33,33	32,92
جامعي	التكرار	54	25	11	90
	النسبة (%)	36,24	40,98	36,67	37,50
دراسات عليا	التكرار	11	5	1	17
	النسبة (%)	7,38	8,20	3,33	7,08
المجموع	التكرار	149	61	30	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (118)
العلاقة بين متغير التحصيل العلمي لعينة البحث وكفاية برامج الإذاعة المحلية في تزويد المبحوثين بخصوص "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين".الوطنية"، "الدين".

دلت البيانات الإحصائية فيما يخص الجدول رقم (111)، على أنه:

– بالنسبة لفئة "دون المستوى": كانت الإجابة الغالبة بالنسبة لكفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال التزود بالمعلومات اللازمة حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"هي (نعم) بنسبة 4.70 % أي بتكرار(7 حالات من مجموع 149 حالة)، تليها الإجابة المترددة بنسبة 3.33 % أي بتكرار(حالة واحدة من أصل 30 حالة)، ثم تأتي الإجابة النافية بنسبة 3.28 % و بتكرار(حالتين من مجموع 61 حالة).

– أما فئة "المستوى الابتدائي": فقد نفت تماما كفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال التزود بالمعلومات اللازمة حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"و كانت نسبتهم مقدرة بــ8.20 % أي بتكرار(5 حالات من مجموع 61 حالة). فيما أكدت نسبة 6.71 % أي بتكرار(10 حالات من أصل 149 حالة) كفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال التزود بالمعلومات اللازمة حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين" ، و أجاب جزء من هذه الفئة بعبارة (لا أدري) و كانت نسبتهم 6.67 % أي بتكرار(2 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 30 حالة).

– فيما يخص فئة "المستوى المتوسط": فقد كانت الغالبية فيها مترددة حول كفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال التزود بالمعلومات اللازمة حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين" حيث أكدت نسبة 16.67 % على ذلك و بتكرار(5 حالات من مجموع 30 حالة)، ثم أجابت شريحة أخرى بالتأكيد على هذا الكفاية بنسبة 11.41 % أي بتكرار(17 حالة من أصل 149 حالة)، كما نفت نسبة 8.20 % في هذه الشريحة حول كفاية برامج الإذاعة المحلية (5 حالات من مجموع 61 حالة).

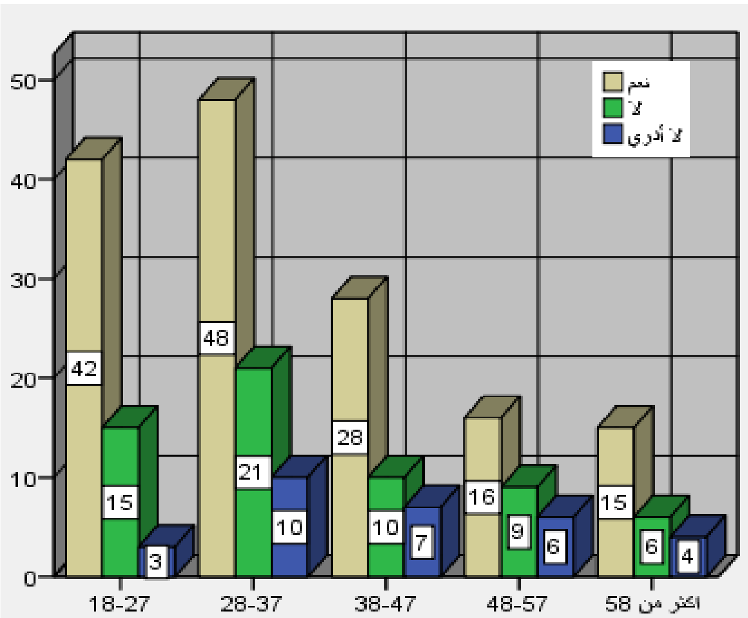
– بينما سجلت فئة "المستوى الثانوي": أكدت هذه الشريحة على كفاية برامج الإذاعة المحلية و بلغت النسبة 33.56 % أي بتكرار(50 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 149 حالة)، تلتها شريحة المترددين بنسبة 33.33 % أي بتكرار(10 حالات من أصل 30 حالة)، ثم الشريحة التي نفت تماما كفاية برامج الإذاعة المحلية بنسبة 31.15 % أي بتكرار(19 حالة من مجموع 61 حالة).

– ما فئة "المستوى الجامعي": فقد سجلت نسبة قوية في النفي حيث بلغت 40.98 % (حوالي نصف هذه الشريحة أي بتكرار 25 حالة من أصل 61 حالة)، تبعتها نسبة 36.67 % عبرت عن الأفراد المترددين فيما يخص كفاية برامج الإذاعة المحلية أي بتكرار(11 حالة من مجموع 30 حالة)، و أخيرا جاءت شريحة المؤيدين لهذا الدور بنسبة 36.24 % أي بتكرار(54 حالة من إجمالي 149 حالة).

– أخيرا فئة "مستوى الدراسات العليا": كانت الإجابة الغالبة بالنسبة لكفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال التزود بالمعلومات اللازمة حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"هي (لا) بنسبة 8.20 % أي بتكرار(5 حالات من مجموع 61 حالة)، تليها الإجابة بــ (نعم) بنسبة 7.38 % أي بتكرار(11حالة من أصل 149 حالة)، ثم تأتي الإجابة المترددة بنسبة 3.33 % و بتكرار (حالة واحدة من مجموع 30 حالة).

جدول رقم (112) يوضح العلاقة بين متغير السن لعينة البحث وكفاية برامج الإذاعة المحلية في تزويد المبحوثين بخصوص "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين".

الجنس / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
27-18	التكرار	42	15	3	60
	النسبة (%)	28,19	24,59	10	25
37-28	التكرار	48	21	10	79
	النسبة (%)	32,21	34,43	33,33	32,92
47-38	التكرار	28	10	7	45
	النسبة (%)	18,79	16,39	23,33	18,75
57-48	التكرار	16	9	6	31
	النسبة (%)	10,74	14,75	20	12,92
اكبر من 58	التكرار	15	6	4	25
	النسبة (%)	10,07	9,84	13,33	10,42
المجموع	التكرار	149	61	30	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (119)
يوضح العلاقة بين متغير السن لعينة البحث وكفاية برامج الإذاعة المحلية في تزويد المبحوثين بخصوص "الوطن"،"الثقافة الوطنية"،"التاريخ الوطني"،"الهوية الوطنية"، "الدين".

- فئة (18-27) سنة: ترى نسبة 28.19 % أي بتكرار(42 حالة من أصل 149 حالة) بأن برامج الإذاعة المحلية كافية في مجال التزود بالمعلومات الضرورية حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين" ، بينما نفت نسبة 24.59 % أي بتكرار(15 حالة من أصل 61 حالة) أن تكون هناك كفاية للبرامج، و ترددت نسبة 10 % أي بمعدل(10 حالات من أصل 30 حالة) حول كفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال التزود بالمعلومات حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين".

- فئة (28-37) سنة: نفت نسبة 34.43 % أي بتكرار(21 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 61 حالة) حول كفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال المعلومات المتداولة حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، بينما ترددت نسبة 33.33 % أي بتكرار(10 حالات من مجموع الحالات البالغ عددها 30 حالة) حول كفاية برامج الإذاعة المحلية ، في حين أكدت نسبة 32.21% أي بتكرار(48 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 149 حالة) حول كفاية برامج الإذاعة المحلية .

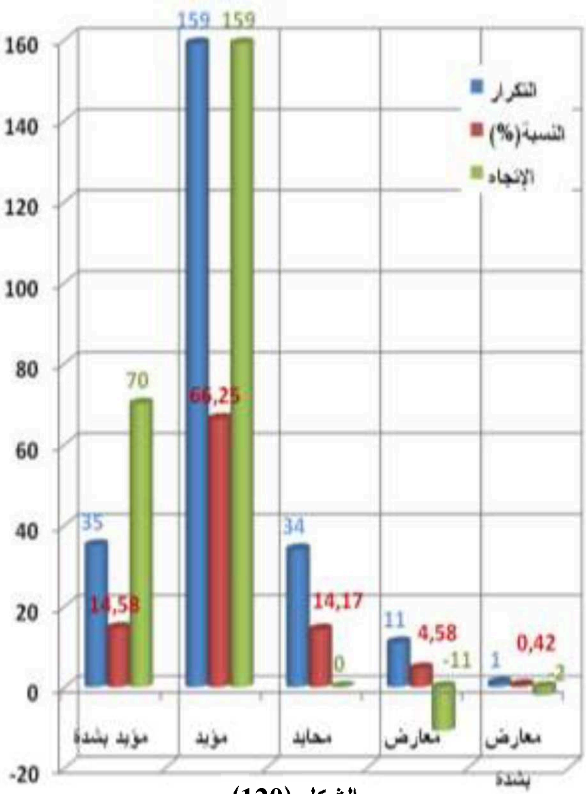
- فئة (38-47) سنة: ترددت نسبة 23.33 % أي بمعدل(07 حالات من أصل 30 حالة) حول كفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال معالجة مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، بينما ترى نسبة 18.79 % أي بتكرار(28 حالة من أصل 149 حالة) بأن برامج الإذاعة المحلية كافية في مجال المواضيع السابقة، في حين نفت نسبة 16.39 % أي بتكرار(10 حالات من أصل 61 حالة) أن تكون هناك كفاية للبرامج.

- فئة (48-57) سنة: تردد جزء معتبر من هذه الشريحة بحيث بلغت نسبتهم 20 % أي بتكرار(6 حالات من 30 حالة) حول كفاية برامج الإذاعة المحلية ، فيما لم تر نسبة 14.75 % أي بتكرار(9 حالات من 61 حالة) بأن هناك كفاية برامج الإذاعة المحلية، في حين أكد جزء من هذه الشريحة بأن هناك كفاية لبرامج الإذاعة المحلية في مجال التعاطي مع مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين" و بلغت نسبتهم 10.74 % و بتكرار(16 حالة من مجموع 149 حالة).

- فئة أكبر من (58) سنة: ترددت نسبة 13.33 % أي (4 حالات من أصل 30 حالة) حول كفاية برامج الإذاعة المحلية ، بينما يعتقد 10.07 % من المبحوثين من هذه الشريحة و بتكرار (15 حالة من بين 149 حالة) بأن هناك كفاية لبرامج الإذاعة المحلية في مجال التزود بالمعلومات حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، في حين نفت بنسبة 9.84 % أي بمعدل (6 حالات من أصل 61 حالة) بأن هناك كفاية في برامج الإذاعة المحلية.

الجدول رقم (113) : موقف المستمعين اتجاه الإذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي.

الرأي	التكرار	النسبة(%)	القيمة x التكرار	الاتجاه
مؤيد بشدة	35	14.58	(35) x (2+)	70+
مؤيد	159	66.25	(159) x (1+)	159+
محايد	34	14.17	(34) x (0)	0
معارض	11	4.58	(11) x (1-)	11-
معارض بشدة	1	0.42	(1) x (2-)	2-
المجموع	240	100	216+	216+



الشكل (120)

موقف المستمعين اتجاه الاذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي.

تبين معطيات الجدول رقم (113) أن (159) مستمعا أي ما نسبته 66.25 % من مجموع أفراد عينة البحث قد كان موقفهم التأييد تجاه دور الإذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية في المجتمع الذي تستثمر فيه جهودها ، ما يعني أن جمهور المتلقين ينظرون إلى الإذاعة المحلية على أنها إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية و هي مسؤولة مثلها مثل الأسرة، المدرسة، المسجد عن زرع القيم الاجتماعية التي يحتاجها المواطنون بمختلف أبعادها، و ربما عندما تعجز مؤسسات مجتمعية أخرى عن أداء هذا الدور خاصة في مراحل الأزمات الحادة تجد الإذاعة المحلية نفسها وحيدة تحمل على عاتقها هذا التحدي و بصفة عامة نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية الأخرى هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام، و تحدد كذلك كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، فالأفراد لا يستطيعون أن يسيطروا على نشر الأنواع المختلفة من الرسائل الإعلامية لأنه يجب أن يؤخذ في الاعتبار

علاقة وسائل الإعلام كنظام قائم مع النظم الأخرى، و هذا ما يفسر القول بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية الأخرى تشكل طبيعة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.[(3)]

. كما أبدت نسبة 14.58 % من إجمالي أفراد عينة البحث و بتكرار (35) مستمعا تأييدها الشديد و بالتالي أعلنت عن موقفها الجد ايجابي من عمل الإذاعة المحلية فيما يتعلق بنشر القيم الاجتماعية المختلفة انطلاقا من الخدمات التي تقوم بها خلال مختلف المحطات. و قد أحسسنا من المستجوبين بأنهم ينظرون إلى وسائل الإعلام عامة بنظرة تقدير واحترام خاصة بعد الظروف العصيبة التي عاشها المجتمع الجزائري في العشرين السنة الأخيرة والتي دفع فيها قطاع الإعلام الثمن غاليا.

بينما تبنى لــ (34) مستمعا أي بنسبة 14.17 % من مجموع الأفراد المستجوبين موقفا محايدا اتجاه الإذاعة المحلية إذا ما تعلق الأمر ببث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي و هذا ربما لسببين:

أولا: لأنهم لا يرون في الإذاعة المحلية الوسيلة الأنسب لذلك مقارنة مع مؤسسات مجتمعية أخرى كالأسرة مثلا.

ثانيا: لأنهم ينتظرون إفرازات التجربة الإعلامية في مجال الإذاعات المحلية و مدى تأثيرها على النظام القيمي الاجتماعي.

كما كان لــ (11) مستمعا و بنسبة 4.58 % من إجمالي عينة البحث موقفا معارضا اتجاه الإذاعة المحلية في مجال القيمي الاجتماعي في المجتمع المحلي، في حين عارضت بشدة حالة واحدة و بنسبة 0.42 % من مجموع أفراد عينة البحث طريقة عمل الإذاعة المحلية في مجال نشر القيم في المجتمع المحلي الذي تنتشر فيه .

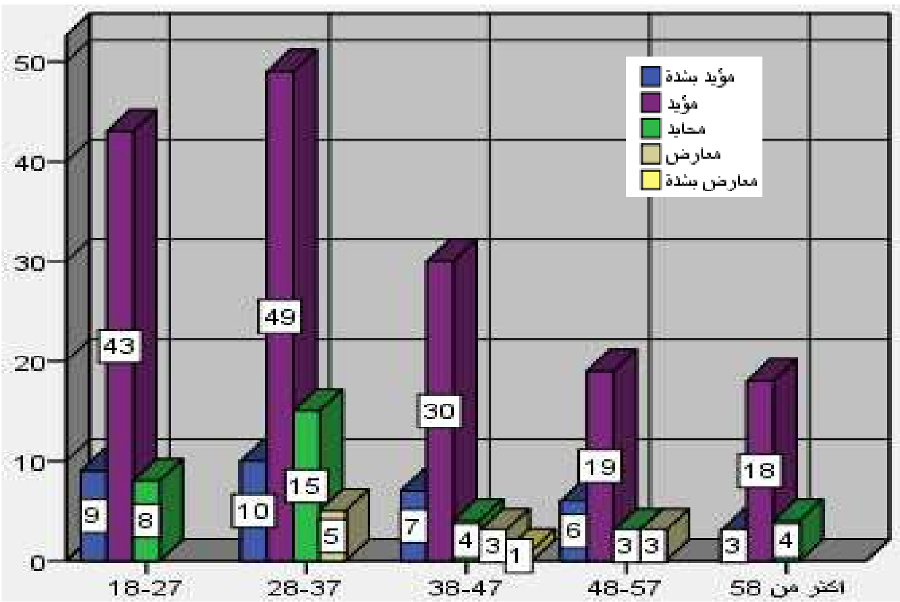
و بالنظر إلى معطيات الجدول رقم(113) بخصوص اتجاه موقف المستمعين إلى الإذاعة المحلية في مجال نشر القيم الاجتماعية في المجتمع المحلي، نجد أن الاتجاه كان موجبا بدرجة عالية (+216) ما يثبت الدور الوظيفي الفعال للإذاعة المحلية في مجال نشر القيم بمختلف أبعادها و أشكالها من جهة و كذا اعتبار الإذاعة المحلية أحد أهم المؤسسات المجتمعية التي تشارك إلى جانب الأسرة و المدرسة و المسجد، في صقل و قولبة سلوكات الأفراد عن طريق نشر قيم تساعد على تلاحم و تضامن أفراد المجتمع المحلي ومن ثمة يكون الثر ايجابيا على البنية الاجتماعية الكلية.

---

(3) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص. 143

الجدول رقم (114) : علاقة متغير السن بموقف المستمعين اتجاه الإذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي.

السن	الرأي	مؤيد بشدة	مؤيد	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
27-18	التكرار	9	43	8	0	0	60
	النسبة (%)	25,71	27,04	23,53	0	0	25
37-28	التكرار	10	49	15	5	0	79
	النسبة (%)	28,57	30,82	44,12	45,45	0	32,92
47-38	التكرار	7	30	4	3	1	45
	النسبة (%)	20	18,87	11,76	27,27	100	18,75
57-48	التكرار	6	19	3	3	0	31
	النسبة (%)	17,14	11,95	8,82	27,27	0	12,92
اكبر من 58	التكرار	3	18	4	0	0	25
	النسبة (%)	8,57	11,32	11,76	0	0	10,42
المجموع	التكرار	35	159	34	11	1	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (121)
علاقة متغير السن بموقف المستمعين اتجاه الإذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي.

- بالنسبة لفئة (18-27) سنة: أبدت نسبة 27.04 % أي بتكرار (43) حالة من بين (159) تأييدها و موقفها إيجابي من عمل الإذاعة المحلية فيما يتعلق بنشر القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي، بينما أبدت نسبة 25.71 % أي بتكرار (09) حالات من بين (35) حالة تأييدها الشديد للإذاعة المحلية فيما تعلق ببث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي، فيما أعلنت نسبة 23.53 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (08) حالات من بين (34) حالة حيادها، في حين لم تسجل أي حالة في صنف معارض و معارض بشدة.

- بالنسبة لفئة (28-37) سنة: عارضت نسبة 45.45 % أي بتكرار (05) حالات من بين (11) حالة دور الإذاعة المحلية في المجال القيمي داخل المجتمع المحلي ، بينما تبنى لـــ (15) مستمعا من بين (34) حالة و بنسبة 44.12 % موقفا محايدا اتجاه الإذاعة المحلية، بينما أبدت نسبة 30.82 % أي بتكرار (49) حالة من بين (159) تأييدها لعمل الإذاعة المحلية في مجال القيم، فيما أيدت بشدة نسبة 28.57 % أي بتكرار (10) حالات من بين (35) حالة هذا الدور، في حين لم تسجل أي حالة في صنف معارض بشدة.

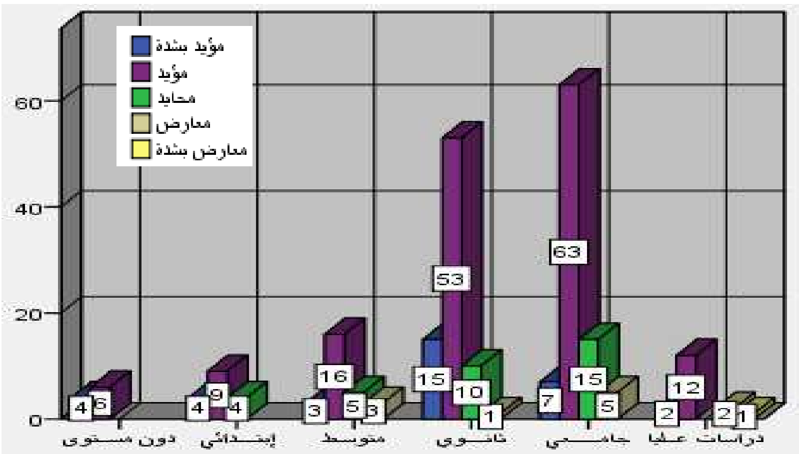
- بالنسبة لفئة (38-47) سنة: صرحت نسبة 100% بأنها تعارض بشدة عمل الإذاعة المحلية في مجال القيم، بينما عارضت نسبة 27.27 % أي بتكرار (03) حالات من بين (11) حالة دور الإذاعة المحلية في مجال بث القيم، فيما أيدت بشدة نسبة 20 % أي بتكرار (07) حالات من بين (35) حالة هذا الدور، بينما أبدت نسبة 18.87 % أي بتكرار (30) حالة من بين (159) تأييدها لعمل الإذاعة المحلية في مجال القيم، وفي الأخير مثلت نسبة 11.76 % أي بتكرار (04) حالة من بين (34) الموقف المحايد اتجاه الإذاعة المحلية في طريقة عملها في مجال القيم في المجتمع المحلي.

- بالنسبة لفئة (48-57) سنة: عارضت نسبة 27.27 % أي بتكرار (03) حالات من بين (11) حالة عمل الإذاعة المحلية ، بينما أبدت نسبة 17.14 % أي بتكرار (06) حالات من بين (35) حالة تأييدها الشديد لعمل الإذاعة المحلية داخل المجتمع المحلي في مجال بث القيم، بينما أبدت نسبة 11.95 % أي بتكرار (19) حالات من بين (159) حالة تأييدها للإذاعة المحلية، فيما أعلنت نسبة 8.82 % من أي بتكرار (03) حالات من بين (34) حالة حيادها، في حين لم تسجل أي حالة في صنف معارض بشدة.

- بالنسبة لفئة أكبر من 58 سنة: أعلنت نسبة 11.76 % من أفراد عينة البحث أي بتكرار (04) حالات من بين (34) حالة حيادها، بينما أدلت نسبة 11.32 % أي بتكرار (18) حالة من بين (159) تأييدها و تبنت موقفا ايجابيا منه ، بينما أبدت نسبة 8.57 % أي بتكرار (03) حالات من بين (35) حالة تأييدها الشديد للإذاعة المحلية في مسألة بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي، ، في حين لم تسجل أي حالة في صنف معارض و معارض بشدة.

الجدول رقم (115) : علاقة متغير المستوى التعليمي بموقف المستمعين اتجاه الإذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي.

المستوى \ الرأي		مؤيد بشدة	مؤيد	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
دون مستوى	التكرار	4	6	0	0	0	10
	النسبة (%)	11,43	3,77	0	0	0	4,17
ابتدائي	التكرار	4	9	4	0	0	17
	النسبة (%)	11,43	5,66	11,76	0	0	7,08
متوسط	التكرار	3	16	5	3	0	27
	النسبة (%)	8,57	10,06	14,71	27,27	0	11,25
ثانوي	التكرار	15	53	10	1	0	79
	النسبة (%)	42,86	33,33	29,41	9,09	0	32,92
جامعي	التكرار	7	63	15	5	0	90
	النسبة (%)	20	39,62	44,12	45,45	0	37,50
دراسات عليا	التكرار	2	12	0	2	1	17
	النسبة (%)	5,71	7,55	0	18,18	100	7,08
المجموع	التكرار	35	159	34	11	1	240
	النسبة (%)	100	100	100	100	100	100



الشكل (122)
علاقة متغير المستوى التعليمي بموقف المستمعين اتجاه الإذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي.

دلت البيانات الإحصائية فيما يخص الجدول رقم (115)، على أنه:

– بالنسبة لفئة "دون المستوى": أبدت نسبة 11.43% أي بتكرار(04) حالات من بين(35) تأييدها الشديد اتجاه الإذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي، بينما أبدت نسبة 3.77 % أي بتكرار

(06) حالات من بين (159) حالة تأييدها للإذاعة المحلية فيما تعلق ببث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي، في حين لم تسجل أي حالة في صنف محايد و معارض و معارض بشدة.

– أما فئة "المستوى الابتدائي": أعلنت نسبة 11.76 % أي بتكرار (04) حالات من بين (34) حالة حيادها، بينما أبدت نسبة 11.43 % أي بتكرار (04) حالات من بين (35) حالة تأييدها الشديد للإذاعة المحلية في مسألة بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي، فيما أدلت نسبة 5.66 % أي بتكرار (09) حالة من بين (159) بتأييدها و تبنت موقفا ايجابيا منه ، في حين لم تسجل أي حالة في صنف معارض و معارض بشدة.

– فيما يخص فئة "المستوى المتوسط": عارضت نسبة 27.27 % أي بتكرار (03) حالات من بين (11) حالة عمل الإذاعة المحلية في مجال القيم ، فيما أعلنت نسبة 14.71 % أي بتكرار (05) حالات من بين (34) حالة حيادها، بينما أبدت نسبة 10.06 % أي بتكرار (16) حالة من بين (159) حالة تأييدها للإذاعة المحلية، بينما أبدت نسبة 8.57 % أي بتكرار (03) حالات من بين (35) حالة تأييدها الشديد لعمل الإذاعة المحلية داخل المجتمع المحلي في مجال بث القيم، في حين لم تسجل أي حالة في صنف معارض بشدة.

– بينما سجلت فئة "المستوى الثانوي": أكدت نسبة 42.86 % أي بتكرار (15) حالة من بين (35) حالة تأييدها الشديد للإذاعة المحلية فيما تعلق ببث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي، كما أبدت نسبة 33.33 % أي بتكرار (53) حالة من بين (159) تأييدها لعمل الإذاعة المحلية فيما يتعلق بنشر القيم في المجتمع، فيما أعلنت نسبة 29.41 % أي بتكرار (10) حالات من بين (34) حالة موقف الحياد، بينما عارضت نسبة 9.09 % أي بتكرار (01) حالة من بين (11) حالة عمل الإذاعة المحلية في مجال القيم ، في حين لم تسجل أي حالة في صنف معارض بشدة.

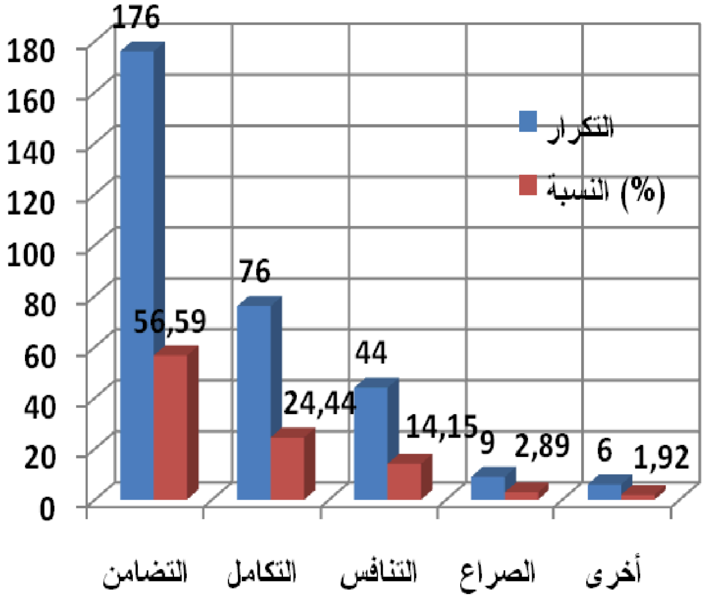
– أما فئة "المستوى الجامعي": عارضت نسبة 45.45 % أي بتكرار (05) حالات من بين (11) حالة عمل الإذاعة المحلية في مجال القيم ، فيما أعلنت نسبة 44.12 % من أي بتكرار (15) حالة من بين (34) حالة حيادها، بينما أبدت نسبة 39.62 % أي بتكرار (63) حالة من بين (159) حالة تأييدها للإذاعة المحلية، بينما أبدت نسبة 20 % أي بتكرار (07) حالات من بين (35) حالة تأييدها الشديد لعمل الإذاعة المحلية داخل المجتمع المحلي في مجال بث القيم، في حين لم تسجل أي حالة في صنف معارض بشدة.

– أخيرا فئة "مستوى الدراسات العليا": صرحت الحالة الوحيدة بنسبة 100% بأنها تعارض بشدة عمل الإذاعة المحلية في مجال القيم، بينما عارضت نسبة 18.18 % أي بتكرار (02) حالات من بين (11) حالة دور الإذاعة المحلية في مجال بث القيم، فيما أيدت بشدة نسبة 7.55 % أي بتكرار (12) حالة من بين (159) حالة هذا العمل في المجتمع المحلي، بينما أبدت نسبة 5.71 % أي بتكرار (02) حالة من بين (35) تأييدها لعمل الإذاعة المحلية في مجال القيم، في حين لم تسجل أي حالة في صنف محايد.

الجدول رقم (116) : طبيعة القيم التي تهدف الإذاعة المحلية إلى نشرها حسب عينة البحث.

القيم	التكرار	النسبة (%)
التضامن	176	56.59
التكامل	76	24.44
التنافس	44	14.15
الصراع	9	2.89
أخرى تذكر	6	1.92
المجموع (*) الكلي للإجابات	311	100

(*) يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (123)

طبيعة القيم التي تهدف الاذاعة المحلية الى نشرها حسب عينة البحث.

فيما يخص الجدول رقم (116) الذي يوضح طبيعة القيم التي تهدف الإذاعة المحلية لنشرها، فقد صنفناها إلى خمسة فئات هي على التوالي:

– فئة قيم الصراع – فئة قيم التضامن – فئة قيم التنافس – فئة قيم التكامل – ثم فئة قيم أخرى.

لقد أشارت البيانات الإحصائية إلى أن نسبة القيم الخاصة "بالتضامن" و التي تهدف الإذاعة المحلية إلى نشرها قد احتلت المركز الأول بنسبة 56.59 % من إجمالي الإجابات المحتملة المحصل عليها في الدراسة الميدانية والمقدرة بـــ(311) إجابة، و تجسدت هذه القيم في المساواة، المحبة، التضامن، التآزر، حب الآخر، التكافل الاجتماعي، إصلاح الذات ، احترام الآخر.

ثم جاءت نسبة القيم الخاصة " بالتكامل" في المرتبة الثانية بنسبة 24.44 % من مجموع الإجابات البالغ عددها (311) ، و التي تهدف أيضا برامج الإذاعة المحلية إلى نشرها في المجتمع المحلي، و تجسدت هذه القيم في محاولة خلق الانسجام و التوازن بين مختلف أجزاء المجتمع و كذا ربطها يبعضها البعض.

بعدها نسبة القيم الخاصة بالتنافس في المركز الثالث بنسبة 14.15 % من إجمالي الإجابات و بتكرار (44) إجابة مجموع الإجابات البالغ عددها (311) ، إن الإذاعة المحلية تعمل على هذا النوع من القيم بين أفراد المجتمع حتى تخلق ديناميكية ايجابية تحفز بها الأفراد و تحثهم على بذل المزيد من الجهد ، و

تتحقق قيم التنافس في الواقع من خلال عمليات التحفيز و الحث و عرض التجارب الناجحة في المجتمع وزرعها بين الشباب من أجل خلق جو تنافسي سليم بين أفراد المجتمع لاسيما الشباب منهم.

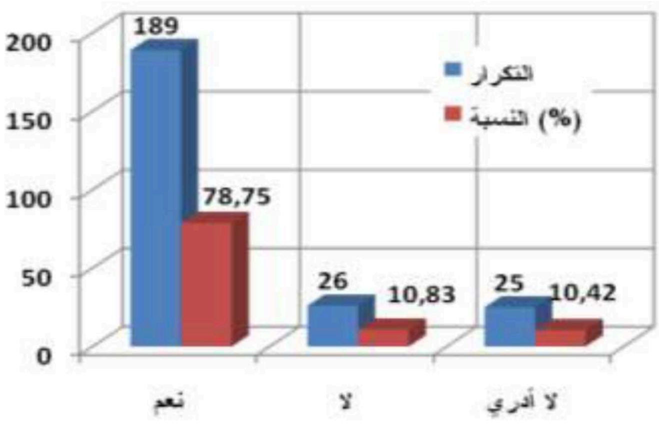
في حين حلت القيم الخاصة بالصراع في المرتبة الرابعة بتكرار (09) إجابات و بنسبة 2.89 % من إجمالي الإجابات.

و في الأخير حلت فئة "قيم أخرى" في المرتبة الخامسة بتكرار (06) إجابات و بنسبة 1.92 % من إجمالي الإجابات .

للإشارة هنا أن المستمعين ترددوا كثيرا في الإجابة عن القيم الخاصة "بالصراع" و "التنافس" على اعتبار أن هذين البعدين يشكلان تصورا سلبيا عند أفراد عينة البحث باعتبار أن الصراع و التنافس يعبران عن ميكانزمات رد فعل سلبية وتمثل بالنسبة إليهم خللا وظيفيا داخل المجتمع وهذا غير صحيح دوما. و من ثمة فان أفراد عينة البحث منحوا للإذاعة دورا محافظا تحاول الإذاعة المحلية من خلاله خلق الانسجام و التوازن داخل المجتمع، و بالتالي يبقى تصور عينة البحث لوظيفة الإذاعة المحلية هو المحافظة على النظام العام في إطار النزعة الشمولية المحافظة على النسق الاجتماعي أكثر منه تغيير للأوضاع السائدة.

الجدول رقم (117) : دور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	189	78,75
لا	26	10,83
لا أدري	25	10,42
المجموع	240	100



الشكل (124)

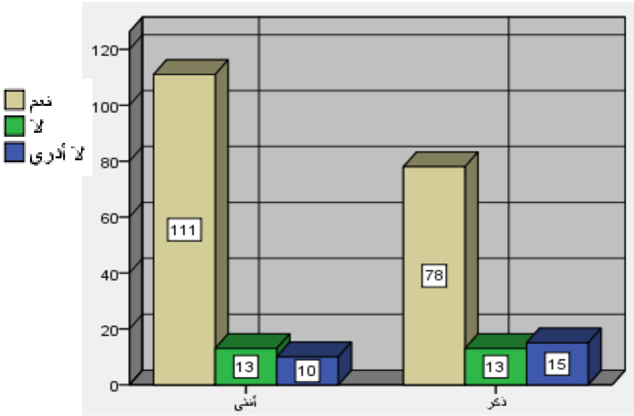
دور الاذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي.

تثبت الإحصائيات البيانية المتعلقة بدور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي أن نسبة 78.75 % من المستمعين و بتكرار (189) حالة يؤكدون على أن للإذاعة دورا فعالا في خلق بيئة للحوار و الاتصال الناجع، خاصة أن الإذاعة المحلية تمكن المستمع (المتلقي) من المشاركة الفعلية في إبداء الرأي و إثراء مضمون المادة الإعلامية التي تعمل الإذاعة على نشرها. كذلك إن ربط المتلقي بمختلف أطراف المجتمع يجعل من الإذاعة المحلية أداة لتطوير سبل التواصل بين المتلقي و محيطه الاجتماعي، و من ثم تعمل هذه التشاركية الاتصالية على خلق إحساس بالانتماء إلى المجتمع المحلي و كذا تعزيزه. بينما نفت نسبة 10.83 % من أفراد عينة البحث و بتكرار (26) حالة بأن يكون للإذاعة المحلية دورا في خلق ديناميكية تواصلية داخل المحيط الاجتماعي،و تعتقد هذه الفئة من المستمعين بأن الإذاعة المحلية لا تخلق جوا اتصاليا حقيقيا بقدر ما تهيكل هذا الاتصال في اتجاه معين حتى تستطيع صرفه عن وجهته الحقيقية. فمن خلال مقابلاتنا الميدانية و في هذه النقطة بالذات لاحظنا درجة تشكيك عالية في وظيفة الإذاعة المحلية. فيما أبدت نسبة 10.42 % من المستجوبين أي بتكرار (25) حالة تحفظها على الإجابة و عبرت عليه بعبارة "لا أدري" إن كان للإذاعة دورا في خلق سيرورة تواصلية في المحيط الاجتماعي. تعد هذه الشريحة مؤشرا هاما لفهم الدور الاتصالي في المحيط الاجتماعي ومنه فهم الدور الذي تقوم به الإذاعة المحلية داخل المجتمع على اعتبار أن " المتلقي الكامن" لا يدلي برأيه بسرعة و لكنه في حالة ترقب و حذر شديدين، ربما عبرت عنه الوضعية المسفر عنها في الجدول أعلاه.

و على العموم و انطلاقا من الشواهد الكمية التي افرزها الجدول رقم (117) نلاحظ أن أغلبية مجتمع البحث يجمعون على الدور الفعال الذي تقوم به الإذاعة المحلية في مجال التواصل و التفاعل داخل المجتمع.

جدول رقم (118) : علاقة متغير الجنس و دور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي.

الجنس / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
أنثى	التكرار	111	13	10	134
	النسبة (%)	58,73	50	40	55,83
ذكر	التكرار	78	13	15	106
	النسبة (%)	41,27	50	60	44,17
المجموع	التكرار	189	26	25	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



أثبتت الإحصائيات البيانية المتعلقة بالجدول رقم (118) الذي يوضح العلاقة بين متغير الجنس لأفراد العينة و دور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي، أنه:

– بالنسبة لفئة الإناث: كان الإيجاب هو السمة الغالبة بنسبة 58.73 % و بتكرار (111 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 189 حالة) فيما يخص دور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي ، تليه نسبة المبحوثات اللائي نفين هذا الدور في الإذاعة بنسبة 50 % و بتكرار (13 حالة من أصل 26 حالة)، ثم المجيبات بـــ "لا أدري" إذا كانت دور اللاذعة المحلية في خلق آليات تواصل داخل المحيط الاجتماعي بنسبة 40 % و بتكرار (10 حالة من أصل 25 حالة).

– بالنسبة لفئة الذكور: كان التردد هو سيد الموقف فيما يخص دور الإذاعة المحلية تخلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي حيث أعربت نسبة 60 % و بتكرار (15 حالة من أصل 25 حالة) عن ذلك، بينما عارضت (13) حالة من أصل (26) حالة و بنسبة 50 % هذا الدور، و أيدت بـــ(نعم) ما نسبته 41.27 % و بتكرار (78 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 189 حالة)

بمقارنة الجنسين نلاحظ أن:

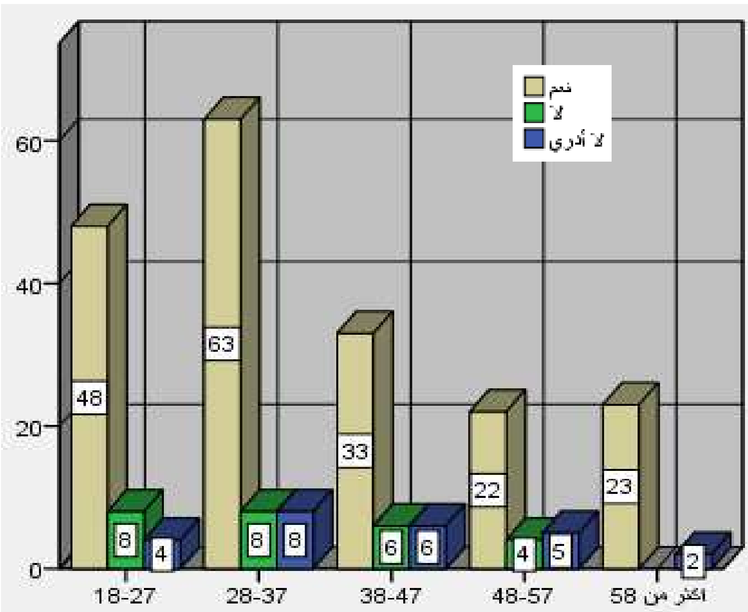
– نسبة الإناث هي الأكثر ثقة في إمكانيات دور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي (58.73 % مقابل 41.27 %).

نسبة التردد كانت عالية عند الذكور أكثر منها عند الإناث(60 % مقابل 40 %).

– نسبة النفي كانت متساوية عند الفئتين(50 % مقابل 50 %).

جدول رقم (119) : علاقة متغير السن و دور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي.

السن / الاحتمالات		نعم	لا	لا أدري	المجموع
27-18	التكرار	48	8	4	60
	النسبة (%)	25,40	30,77	16	25
37-28	التكرار	63	8	8	79
	النسبة (%)	33,33	30,77	32	32,92
47-38	التكرار	33	6	6	45
	النسبة (%)	17,46	23,08	24	18,75
57-48	التكرار	22	4	5	31
	النسبة (%)	11,64	15,38	20	12,92
اكبر من 58	التكرار	23	0	2	25
	النسبة (%)	12,17	0	8	10,42
المجموع	التكرار	189	26	25	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (126) علاقة متغير السن و دور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي.

- بالنسبة لفئة (18–27) سنة: أبدت نسبة 30.77 % أي بتكرار (08) حالات من بين (26) حالة بان الإذاعة المحلية لا تساهم في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي، تليها نسبة 25.40 % أي بتكرار (48) حالة من بين (189) حالة أقرت بأنها تسهم في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي، في حين أجابت (04) حالات من أصل (25) حالة و بنسبة 16 % بعبارة "لا ادري".

- بالنسبة لفئة (28–37) سنة: أكدت نسبة 33.33 % أي بتكرار (63) مفردة من أصل (189) مفردة بأن الإذاعة المحلية تساهم بشكل مباشر في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي ، كما تميزت هذه الفئة العمرية بالتردد، حيث أجابت (08) مفردات من بين (25) مفردة بنسبة 32 % بعبارة "لا أدري" إن كانت الإذاعة تخلق سيرورة تواصلية داخل المحيط الاجتماعي ، في حين نفت نسبة 30.77 % أي بتكرار (08) حالات من بين (26) حالة بأن يكون للإذاعة المحلية دورا محوريا في هذه الديناميكية التواصلية

- بالنسبة لفئة (38–47) سنة: أبدت نسبة 24 % أي بتكرار (06) حالات من بين (25) حالة موقفا تحفظيا من مسألة تفعيل التواصل داخل المحيط الاجتماعي ، بينما نفت نسبة 23.08 % أي بتكرار (06) حالات من بين (26) حالة أن يكون للإذاعة المحلية دورا مفصليا داخل المحيط الاجتماعي ، في حين أجابت (33) مفردة من بين (189) مفردة بنسبة 17.46 % بأن للإذاعة قدرة على خلق التواصل داخل المحيط الاجتماعي.

- بالنسبة لفئة (48–57) سنة: أجابت (05) حالات من بين (25) حالة بنسبة 20 % بعبارة "لا ادري" إن تسهم الإذاعة المحلية خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي ، بينما نفت نسبة 15.38 % أي بتكرار (04) حالات من بين (26) حالة بأن يكون للإذاعة دورا في هذا المجال، في حين أكدت نسبة 11.64 % أي بتكرار (22) حالة من إجمالي (189) حالة بأن يكون للإذاعة المحلية نصيبا في عملية خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي.

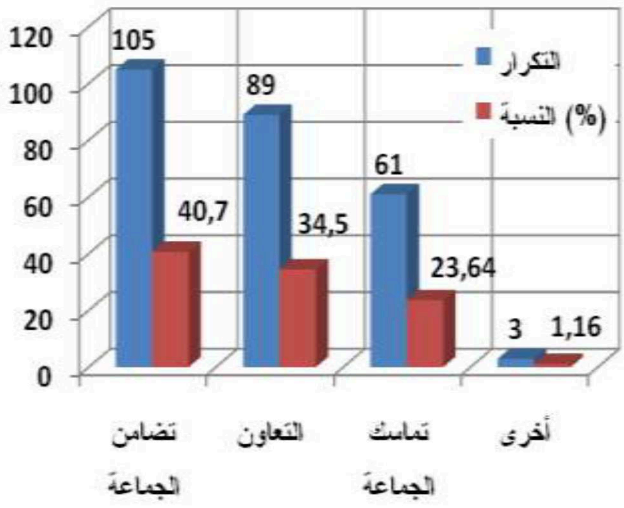
- بالنسبة لفئة أكبر من 58 سنة: أبدت نسبة 12.17 % أي بتكرار (23) حالة من بين (189) حالة تأييدها لإسهام الإذاعة المحلية في خلق التواصل داخل المحيط الاجتماعي ، بينما أجابت (02) حالة من أصل (25) حالة و بنسبة 8 % بعبارة "لا أدري" إن كانت الإذاعة المحلية تسهم فعلا في خلق التواصل داخل المجتمع، فيما لم ترد أي حالة تنفي دور الإذاعة المحلية في مجال التواصل داخل المحيط الاجتماعي.

على ضوء المعطيات الإحصائية نلاحظ تباين في الرؤى حول مدى إسهام الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي بمعيار السن فهناك الفئات العمرية المعارضة و تجسدت في فئة (18–27) سنة ، بينما نلاحظ بأن هناك تردد حول دور الإذاعة المحلية في مجال التواصل داخل المحيط الاجتماعي في الفئات العمرية (38–47) سنة و (48–57) سنة بينما ساد حالة التأييد في فئتي (28–37) سنة و أكبر من 58 سنة.

الجدول رقم (120) : الافرازات المترتبة عن التواصل داخل المحيط الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
تضامن الجماعة	105	40,70
التعاون	89	34,50
تماسك الجماعة	61	23,64
أخرى تذكر	3	1,16
المجموع الكلي (*) للاجابات	258	100

(*)يمثل هذا المجموع اجمالي الاجابات المحتملة التي عبرت عنها عينة البحث و المقدرة بـــ240 حالة، و قد فضلنا الاحتفاظ بجميع الاحتمالات



الشكل (127)

الافرازات المترتبة عن التواصل داخل المحيط الاجتماعي.

أما عن الافرازات التي يخلفها التواصل داخل المحيط الاجتماعي فقد رصدناه عند المستمعين في ثلاث نقاط اساسية ركزت جلها على الجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد في مجالات التعاون و التضامن و التماسك. بالإضافة الى صناف أخرى، و بناء على ذلك كانت اول الافرازات الناجمة عن ديناميكية التواصل داخل البيئة الاجتماية هو تشكل آلية "تضامن الجماعة" بنسبة 40.70 % و بتكرار (105) إجابة من مجموع (258) إجابة محتملة، بمعنى أنه كلما زاد و تعمق الاتصال بين المتلقي و الاذاعة المحلية (المرسل) كلما كان تأثيره عاليا على تضامن الجماعة، و ربما تتجلى صور التضامن الاجتماعي خاصة في المراحل العصيبة التي تمس المجتمع، في هذا الاطار نستحضرالدورالذي لعبته الاذاعة المحلية في خلق آليات التضامن خلال فياضانات "باب الواد" أو زلزال "بومرداس" في الجزائر العاصمة.

أما ثاني الافرازات فقد تجلى في عملية التعاون بين أفراد الجماعة بنسبة 34.50 % و بتكرار (89) اجابة من مجموع الاجابات البالغ عددها (258) اجابة و يشير مفهوم التعاون بين الجماعة الى تلك العملية التي بموجبها يكمل الافراد بعضهم بعضا و يسندون بعضهم بعضا سواء ماديا او معنويا، و لهذا الميكانيزم الاثر الايجابي الكبير في المجتمع.

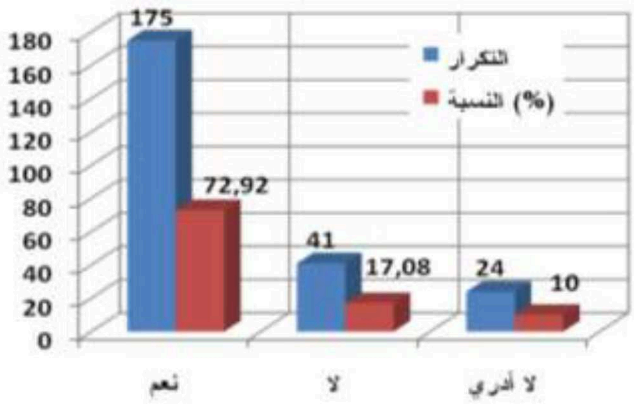
و ثالث الافرازات الناجم عن عملية التواصل هو "تماسك الجماعة" بنسبة 23.64 % و بتكرار (61) إجابة من أصل (258) إجابة، و الذي يعني تمتين أواصر العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع من أجل خلق التلاحم و الإنسجام و لعل احدى صفات المجتمع المحلي انه يتميز بقوة تماسك افراده.

أما "صنف أخرى" فقد حل في المركز الرابع بنسبة 1.16 % و بتكرار (03) اجابات من اصل (258) إجابة.

و عليه يمكن حصر الافرازات الناجمة –تضامن الجماعة، تعاون الجماعة و تماسك الجماعة– عن عملية التواصل بين المتلقي و الاذاعة المحلية (المرسل) في خانة الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام المحلية في المجتمع المحلي و كذا أشكال التفاعل الاجتماعي الناجمة عن عملية التواصل، فلا شك ان وسيلة الاذاعة المحلية تساهم بشكل فعال في توطيد عملية التفاعل بشقيها النفسي و الاجتماعي داخل المجتمع المحلي.

الجدول رقم (121) : مدى تماثل الإذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي حسب عينة البحث.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	175	72,92
لا	41	17,08
لا أدري	24	10
المجموع	240	100



الشكل (128)

مدى تماثل الاذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي حسب عينة البحث.

إن المقصود بتماثل الإذاعة المحلية للواقع المحلي هو في حقيقته مدى تطابق و تناظر برامج الإذاعة المحلية لواقع المجتمع المحلي، بمعنى هل تصور الإذاعة المحلية واقع المجتمع المحلي بكل وفاء؟

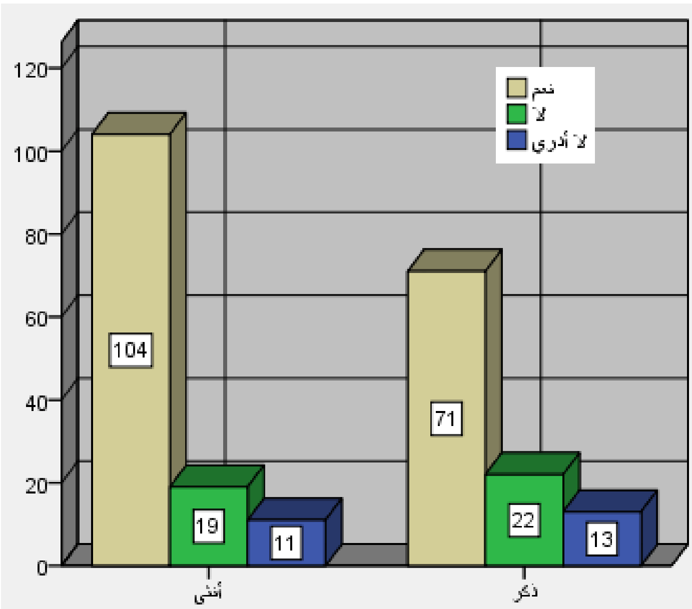
لقد بينت الإحصائيات من خلال الجدول رقم (121) أن نسبة 72.92 % من مجتمع البحث أي غالبية المستمعين و بتكرار (175) مفردة قد أكدوا بأن الإذاعة المحلية تتماثل مع واقع المجتمع المحلي، و في هذا دليل على أن الإذاعة المحلية تشكل بالنسبة للمستمع قناة أساسية لتعريفه ثقافيا و اجتماعيا و هي بالتالي أداة لتعزيز الانتماء و تقويته بالنسبة للبناء الاجتماعي الصغير المحلي و قد أكدت الجداول (89)،(94) على ذلك.

بينما نفت نسبة 17.08 % من أفراد عينة البحث و بتكرار (41) حالة تماثل الإذاعة المحلية للواقع المحلي للمواطنين بمختلف أبعاده سواء الثقافي أو الاجتماعي، في حين أجابت نسبة 10 % أي بتكرار (24) مستمعا بـــ"لا ادري" ما إذا كانت الإذاعة المحلية تصور بوفاء واقع المجتمع المحلي و تنقل كل خصائصه و قد تحفظت هذه الفئة من المستمعين عن الإدلاء برأيها.

و من الصواب في هذا المقام الاعتراف بالمجهودات التي تقوم بها الإذاعات المحلية بصفة عامة لتمثيل المجتمع المحلي و إيصال صوته إلى أبعد الحدود، رغم النقائص العديدة الممكن ملاحظتها و تسجيلها فيما يخص السياسة الإعلامية أو البرامجية.

الجدول رقم (122) : العلاقة بين متغير الجنس لأفراد العينة ومدى تماثل الإذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي.

الاحتمالات / الجنس		نعم	لا	لا أدري	المجموع
أنثى	التكرار	104	19	11	134
	النسبة (%)	59,43	46,34	45,83	55,83
ذكر	التكرار	71	22	13	106
	النسبة (%)	40,57	53,66	54,17	44,17
المجموع	التكرار	175	41	24	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (129)
العلاقة بين متغير الجنس لأفراد العينة ومدى تماثل الإذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي.

الإحصائيات الميدانية المتعلقة بالجدول رقم (122) الذي يوضح العلاقة بين متغير الجنس لأفراد العينة و مدى تماثل الإذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي توضح أنه:

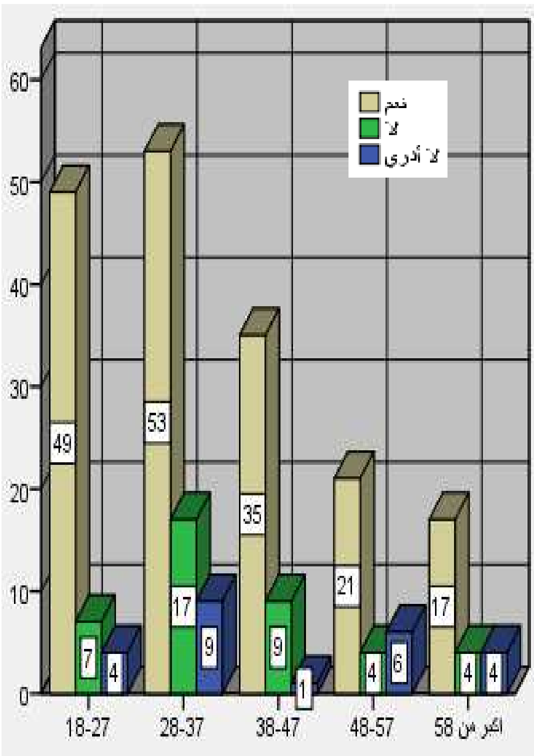
-بالنسبة لفئة الإناث: أيدت نسبة 59.43 % و بتكرار (104 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 175 حالة) تماثل الإذاعة المحلية مع واقع المجتمع المحلي ، تليها نسبة المبحوثات اللائي نفين هذا التماثل بـــ 46.34 % و بتكرار (19 حالة من أصل 41 حالة)، ثم المجيبات بـــ (لا أدري) حول تماثل الإذاعة المحلية مع واقع المجتمع المحلي بنسبة 45.83 % و بتكرار (11 حالة من أصل 24 حالة).

– بالنسبة لفئة الذكور: كان التردد هو سيد الموقف فيما يخص تماثل الإذاعة المحلية مع واقع المجتمع المحلي حيث أعربت نسبة 54.17 % و بتكرار (13 حالة من أصل 24 حالة)، بينما عارضت نسبة 53.66% و بتكرار (22 حالة من أصل 41 حالة) تماثل الإذاعة المحلية مع واقع المجتمع المحلي و أيدت بـــ(نعم) ما نسبته 40.57 % و بتكرار (71 حالة من مجموع الحالات البالغ عددها 175 حالة) مسألة التماثل مع المجتمع المحلي.

نلاحظ أن العلاقة بين متغير الجنس لأفراد العينة ومدى تماثل الإذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي تسير في اتجاه عكسي بمعيار توزيع الجنس ، أي أن المواقع تكون حدية بين الذكور و الإناث ، فإذا أيد الذكور الموقف عارضته الإناث والعكس صحيح.

الجدول رقم (123) : العلاقة بين متغير السن لأفراد العينة ومدى تماثل الإذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي.

السن	الاحتمالات	نعم	لا	لا أدري	المجموع
27-18	التكرار	49	7	4	60
	النسبة (%)	28	17,10	16,70	25
37-28	التكرار	53	17	9	79
	النسبة (%)	30,30	41,50	37,50	32,90
47-38	التكرار	35	9	1	45
	النسبة (%)	20	22	4,20	18,80
57-48	التكرار	21	4	6	31
	النسبة (%)	12	9,80	25	12,90
اكبر من 58	التكرار	17	4	4	25
	النسبة (%)	9,70	9,80	16,70	10,40
المجموع	التكرار	175	41	24	240
	النسبة (%)	100	100	100	100



الشكل (130)
العلاقة بين متغير السن لأفراد العينة ومدى تماثل الإذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي.

– بالنسبة لفئة (18–27) سنة: أبدت نسبة 28 % أي بتكرار (49) حالة من بين (175) حالة بأن الإذاعة المحلية تماثل مع واقع المجتمع المحلي ، بينما أقرت نسبة 17.10 % أي بتكرار (07) حالات من بين

(41) حالة بأنها لا تماثل الواقع المحلي ، في حين أجابت (04) حالات من أصل (24) حالة و بنسبة 16.70 % بعبارة "لا ادري".

- بالنسبة لفئة (28-37) سنة: عارضت نسبة 41.50 % أي بتكرار (17) مفردة من أصل (41) مفردة بأن الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي ، كما تميزت هذه الفئة العمرية بالتردد، حيث أجابت (09) مفردات من بين (24) مفردة بنسبة 37.50 % بعبارة "لا ادري" إن كانت الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي ، في حين أيدت نسبة 30.30 % أي بتكرار (53) حالة من بين (175) حالة أن الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي

- بالنسبة لفئة (38-47) سنة: عارضت نسبة 22 % أي بتكرار (09) مفردة من أصل (41) مفردة بان الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي ، كما أيدت نسبة 20 % أي بتكرار (35) حالة من بين (175) حالة بأن الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي في حين ترددت بنسبة 4.20 % ، حيث أجابت (01) مفردة من بين (24) مفردة بعبارة "لا ادري" إن كانت الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي

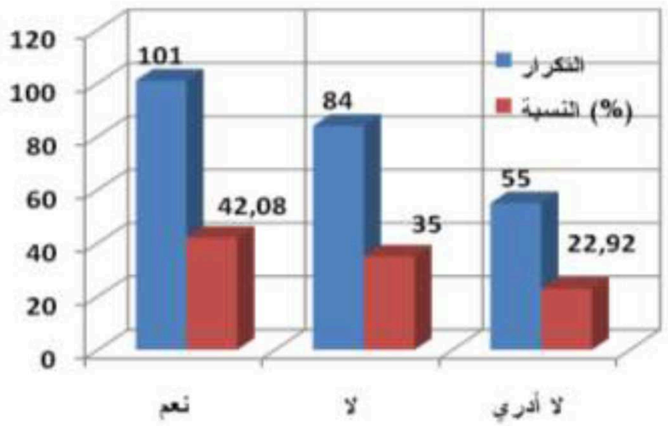
- بالنسبة لفئة (48-57) سنة: أجابت (06) حالات من بين (24) حالة و بنسبة 25 % بعبارة "لا ادري" إن كانت الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي ، بينما أكدت نسبة 12 % أي بتكرار (21) حالة من إجمالي (175) حالة بان الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي، في حين نفت نسبة 9.80 % أي بتكرار (04) حالات من بين (41) حالة ذلك التماثل.

- بالنسبة لفئة أكبر من 58 سنة: ترددت نسبة 16.70 % أي بتكرار (04) حالات من بين (24) حالة حول تماثل الإذاعة المحلية للواقع المحلي ، بينما أجابت (04) حالة من أصل (41) حالة و بنسبة 9.80 % بعبارة "لا " إن كانت الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي ، فيما أيدت نسبة 9.70 % أي بتكرار (17) حالة من إجمالي (175) حالة أن الإذاعة المحلية تماثل الواقع المحلي.

على ضوء المعطيات الإحصائية نلاحظ تباين في الرؤى حول مدى تماثل الإذاعة المحلية لواقع المجتمع المحلي بمعيار السن فهناك الفئات العمرية المعارضة و تجسدت في فئة (18-27) سنة ، بينما نلاحظ بأن هناك تردد حول دور الإذاعة المحلية في مجال تمثيل المجتمع المحلي في الفئات العمرية (38-47) سنة و (48-57) سنة بينما سادت حالة من التأييد في فئتي (28-37) سنة و أكبر من 58 سنة.

الجدول رقم (124) : تأثير الإذاعة المحلية على استراتجيات البلاد حسب عينة البحث.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
نعم	101	42,08
لا	84	35
لا أدري	55	22,92
المجموع	240	100



الشكل (131)

تاثير الاذاعة المحلية على استراتجيات البلاد حسب عينة البحث.

إن أي جهاز إعلامي له سياسة إعلامية و هدف يصبو إليه، فبالإضافة إلى الوظائف الكلاسيكية المنوطة بالإذاعة المحلية فهي وسيلة اتصال مرتبطة بفلسفة معينة أو نظرية فكرية و تحتكم إلى تنظيم سياسي معين إذ تعمل جاهدة على محاولة إنجاح مختلف الاستراتجيات المسطرة في البلاد و كذا الدفاع عنها فهي تتأثر و تؤثر بالمناخ العام للبلاد. و يظهر تأثير البناء السياسي و اتجاهاته على تطور النظام الإعلامي و الاتصالي في قدر و نوع السيطرة التي تمارسها الحكومات على وسائل الإعلام، فالقوى السياسية هي التي تضع القوانين و التشريعات التي تعمل في إطارها المؤسسات الإعلامية، و تختلف درجة و نوع السيطرة من مجتمع لآخر و تعتمد على الفلسفات السياسية للمجتمعات و أهدافها و ربما يكون هذا العنصر هو أكثر العناصر تأثيرا ، فعادة ما تمارس القوى السياسية ضغوطا مادية بجانب التأثيرات الفلسفية.[1]

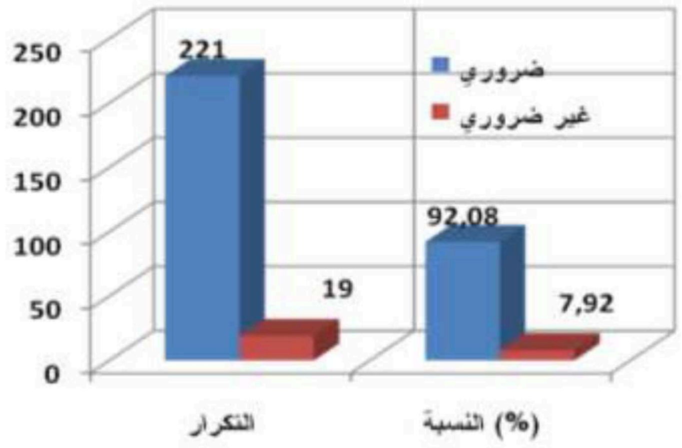
و فيما يخص معطيات الجدول رقم (124) الذي يوضح تأثير الإذاعة المحلية على استراتجيات البلاد، فقد أكد المستمعون – المبحوثون- على أن للإذاعة المحلية تأثيرا على استراتجيات البلاد بنسبة 42.08 % من إجمالي عينة البحث و بتكرار (101) من أصل (240)، بينما نفت نسبة 35 % من مجموع أفراد عينة البحث و بتكرار (84) من أصل (240) أن يكون للإذاعة المحلية تأثيرا كبيرا على استراتجيات والسياسات العامة البلاد على اعتبار أن الإعلام المركزي يضطلع بمثل هذا الدور. في حين أجابت نسبة 22.92 % من المستمعين و بتكرار (55) من أصل (240) بعبارة "لا أدري" معبرة عن عدم تيقنها و ترددها حول تأثير الإذاعة المحلية على الاستراتيجيات الكبرى للبلاد.

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص. 132

الملاحظ في هذه المسألة و من خلال احتكاكنا بالميدان أن الإنخراط في هذه الفكرة لم يكن سهلا و واضحا كبقية الأسئلة على اعتبار أن قضية التأثير في الإستراتجيات و الخيارات الكبرى البلاد تبقى غامضة و يبقى تحديد المسؤولية فيها صعب ، بمعنى من هي المؤسسات الكفيلة بالمشاركة في رسم السياسة العامة للبلاد؟ هناك مجموعة من المستمعين أكدوا أن مسألة التأثير و التغيير في الاستراتيجيات هي من حق مؤسسات أخرى أكثر قوة و تأثيرا من الإذاعة المحلية، و كانت حجتهم في ذلك أن إمكانيات وسيلة الإذاعة المحلية نسبية و محدودة مقارنة بمؤسسات أخرى.

الجدول رقم (125) : رأي المستمعين حول ضرورة إعادة تركيب الحقل الإعلامي في الجزائر.

الاحتمالات	التكرار	النسبة (%)
ضروري	221	92,08
غير ضروري	19	7,92
المجموع	240	100



الشكل (132)

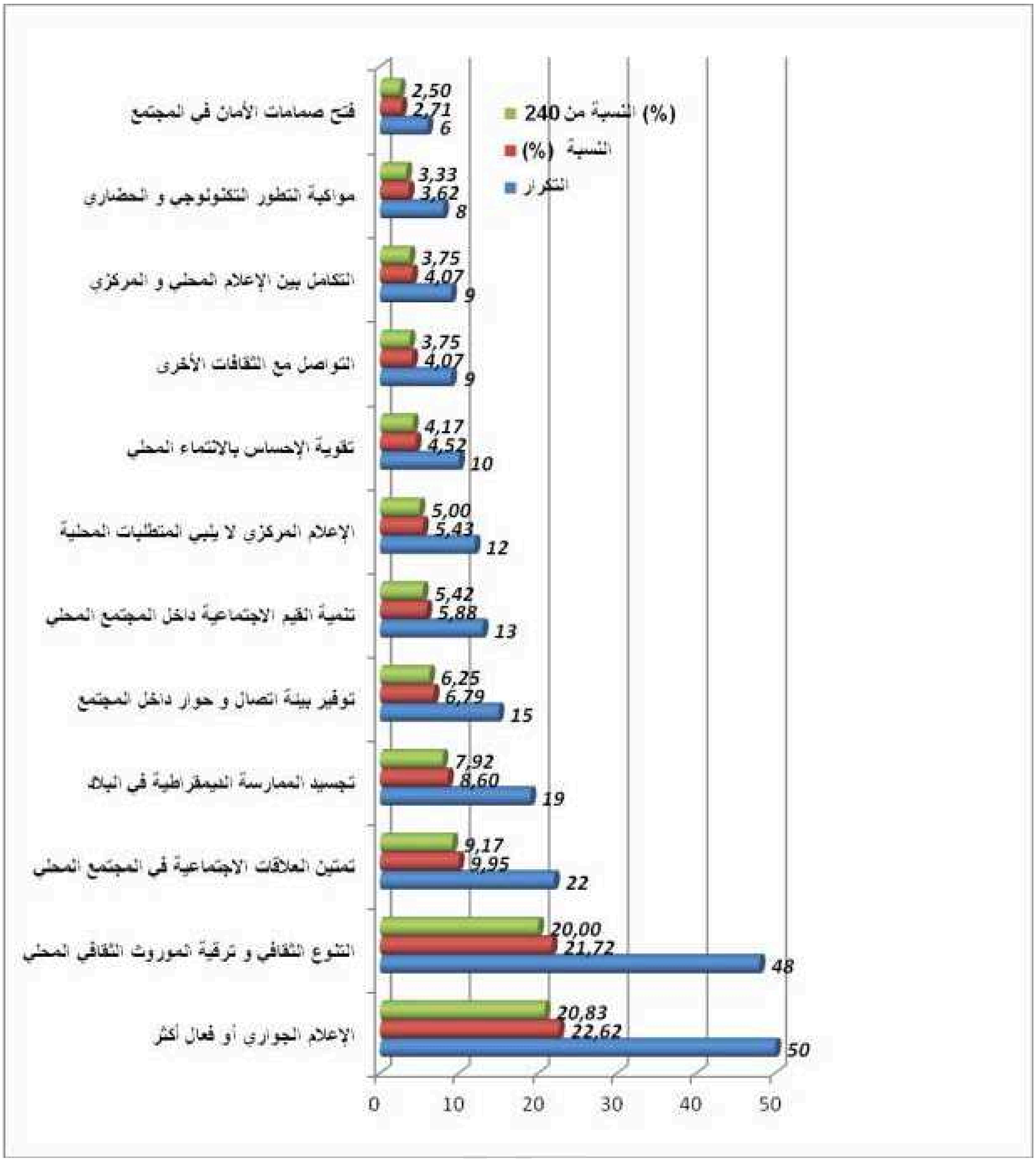
رأي المستمعين حول ضرورة إعادة تركيب الحقل الاعلامي في الجزائر.

بالنظر إلى الجدول رقم (125) من حيث البيانات الإحصائية، نلاحظ أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين قد أجمعوا على أنه كان ضروريا إعادة النظر في الهيكلة التي كان عليها الحقل الإعلامي في الجزائر، بحيث أن تحرير الحقل السمعي يعد أحد أهم المؤشرات على الانفتاح الديمقراطي و كذا انفتاح السلطة على المجتمع بمختلف توجهاته الثقافية، و جاءت نسبة 92.08 % من إجمالي المبحوثين أي بتكرار (221) حالة من مجموع (240) لتؤكد هذا التوجه، بينما نفت نسبة 7.92 % من إجمالي المستمعين أي بتكرار (19) حالة من مجموع (240) ضرورة إعادة تركيب و بناء الحقل الإعلامي في الجزائر، و هي ترى بأن هذا التجديد في المجال الإعلامي لم يأتي بالتغيير المنشود.

نذكر بأن هذا السؤال كان مفتوحا في الاستبيان و كان الغرض منه إعطاء فرصة أكبر للمستمعين للإدلاء برأيهم في مسالة الانتقال من الإذاعة الوطنية إلى الإذاعة المحلية، و بالفعل كان تحليل المستمعين غزيراجدا بحيث أعطوا مختلف الأسباب التي أدت إلى إعادة النظر في الحقل الإعلامي في الجزائر. و بعد تفريغ السؤال و تبويب الإجابات الواردة فيه كانت الأسباب بعد التبويب موضحة في الجدول (126).

الجدول رقم (126) : الأسباب الضرورية التي أدت إلى إعادة النظر في تركيب الحقل الإعلامي في الجزائر حسب عينة البحث.

الاحتمالات	التكرار	النسبة ا(%)	النسبة (%) من 240
الإعلام الجواري أو فعال أكثر	50	22.62	20.83
التنوع الثقافي و ترقية الموروث الثقافي المحلي	48	21.72	20
تمتين العلاقات الاجتماعية في المجتمع المحلي	22	9.95	9.17
تجسيد الممارسة الديمقراطية في البلاد	19	8.60	7.92
توفير بيئة اتصال و حوار داخل المجتمع	15	6.79	6.25
تنمية القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي	13	5.88	5.42
الإعلام المركزي لا يلبي المتطلبات المحلية	12	5.43	5
تقوية الإحساس بالانتماء المحلي	10	4.52	4.17
التواصل مع الثقافات الأخرى	9	4.07	3.75
التكامل بين الإعلام المحلي و المركزي	9	4.07	3.75
مواكبة التطور التكنولوجي و الحضاري	8	3.62	3.33
فتح صمامات الأمان في المجتمع	6	2.71	2.5
المجموع الكلي	221	100	92.08



الشكل (133)

الأسباب الضرورية التي أدت إلى إعادة النظر في تركيب الحقل الإعلامي

في الجزائر حسب عينة البحث.

تبين الشواهد الإحصائية في الجدول رقم (126) بخصوص الأسباب الضرورية التي أدت إلى إعادة النظر في تركيب الحقل الإعلامي في الجزائر و الذي أفضى إلى تحرير الحقل السمعي مايلي:

السب الأول: إن إعادة النظر في الحقل الإعلامي في الجزائر مرده إلى أن الإعلام الجواري أو إعلام القرب فعال أكثر و ذلك بنسبة 22.62 % و بتكرار (50) حالة من أصل (221) إجابة.

السبب الثاني: كان لابد من إعادة النظر في هيكلة الإعلام الجزائري لإبراز التنوع الثقافي و ترقية الموروث الثقافي المحلي و البيانات الإحصائية دلت على أن نسبة 21.72 % من الإجابات كانت في هذا الاتجاه و بتكرار (48) حالة من أصل (221) إجابة.

السبب الثالث: عزته عينة الدراسة إلى تمتين العلاقات الاجتماعية في المجتمع المحلي بنسبة 9.95 % و بتكرار (22) إجابة من مجموع الإجابات البالغ (221).

السبب الرابع:إن إعادة النظر في الحقل الإعلامي الجزائري يعد في الحقيقة تجسيدا للممارسة الديمقراطية في البلاد و ذلك عن طريق لا مركزية الكلمة و جعلها أكثر حرية و عبرت نسبة 8.60 % و بتكرار (19) إجابة من مجموع الإجابات (221) .

السبب الخامس: أرجعته عينة البحث إلى أن التركيبة الجديدة للحقل الاتصالي في الجزائر هي في جوهرها محاولة لتوفير بيئة اتصال و حوار داخل المجتمع و عبرت نسبة 6.79 % أي بتكرار (15) من أصل (221) عن ذلك.

السبب السادس: يتمثل في أن إعادة صياغة الحقل الإعلامي في الجزائر سيؤدي إلى تنمية القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي بالدرجة الأولى و منها استحداث تطور و إستمرارية و تحديث في المجتمع ككل و عبرت نسبة 5.88 % أي بتكرار (13) إجابة من مجموع (221) إجابة عن ذلك .

السبب السابع: يتمثل في أن الإعلام المركزي لا يلبي المتطلبات المحلية و قد عبرت نسبة 5.43 % أي بتكرار (12 إجابة من أصل 221 إجابة) عن ذلك.

السبب الثامن: يتمثل في أن إعادة تركيب و تشكيل الحقل الإعلامي ساهم في تعزيز و تقوية الإحساس بالانتماء المحلي و ذلك بنسبة 4.52 % أي بتكرار (10 إجابات من مجموع 221 إجابة).

السبب التاسع و العاشر: جاء مقترنين مع بعضهما البعض بنسبة 4.07 % لكل واحد منهما أي بتكرار (9 إجابات من أصل 221 إجابة) و هما على التوالي:

-التواصل مع الثقافات الأخرى.

-التكامل بين الإعلام المحلي و الإعلام المركزي.

السبب الحادي عشر: يتمثل في أن تحرير الحقل الإعلامي يعد دليل على مواكبة التطور التكنولوجي و الحضاري خاصة في المجال الإعلامي الذي يعد احد أوجه تحديات التنمية بالنسبة للمجتمعات و عبرت نسبة 3.62 % أي بتكرار (08 إجابات من أصل 221 إجابة) عن ذلك.

السبب الثاني عشر: رغم أنه جاء في المؤخرة إلا انه ذو دلالة سوسيولوجية كبيرة و يتمثل في أن التحرير الإعلامي جاء كنتيجة لضغط جماهيري إذ يعد تحرير القطاع السمعي بمثابة فتح لصمامات الأمان في المجتمع تفتح و تغلق بالتوازي مع سرعة تطور الأحداث في المجتمع، و عبرت نسبة 2.71 % أي بتكرار (06 إجابات من أصل 221 إجابة) عن ذلك.

5- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

5-1- نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الإجرائية الأولى:

كشفت النتائج الميدانية المتعلقة بالفرضية الأولى و التي مفادها أن للإذاعة المحلية دورا في معالجة المشكلات الاجتماعية، السياسية و الاقتصادية. بان غالبية أفراد عينة البحث تقر بالإجماع بضرورة وجود إذاعة محلية في المجتمع و كذا الرقعة الجغرافية التي تعيش فيها، و ذلك بنسبة 97.92 %، إن الشواهد الكمية المتاحة تجزم لنا ضرورة وجود إذاعة محلية داخل المجتمع المحلي من أجل المرافقة الجوارية.

و في نفس السياق تشير البيانات الإحصائية المتعلقة بمتغير الجنس لأفراد عينة البحث و متغير ضرورة وجود إذاعة محلية في المجتمع، إلى أن نسبة الإناث في تأييد وجود إذاعة محلية كانت أعلى من نسبة الذكور حيث قدرت بــ55.74 %، مقابل 44.26 %. بينما احتلت فئتي (18-27) سنة و (28-37) سنة المركز الأول أما فيما يخص العلاقة الموجودة بين هذين المتغيرين بمعيار السن، فإن هذه النتيجة أبرزت ضرورة تواجد تواصل و مرافقة في المجتمع عن طريق قنوات اتصال تكون بالدرجة الأولى مؤسساتية ، و لعل الإذاعة المحلية تمثل إحدى الوسائل الإعلامية المثلى لتحقيق هذا الغرض في المجتمع المحلي وخاصة لدى فئة الشباب.

كما توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها انه ليس ضروري أن يكون الفرد ذو مستوى تعليمي كبيرا حتى يعي ضرورة وجود إذاعة محلية، و الدليل على ذلك أن فئة "دون المستوى" و "المستوى الابتدائي" حلت قبل فئة مستوى "الدراسات العليا".

وعن و وتيرة اهتمام الإذاعة المحلية بمعالجة الحدث الوطني ومكانته بالنسبة للبعد للمحلي ترى نسبة 75 % من إجمالي عينة البحث بان الاهتمام من قبل الإذاعة المحلية بما هو وطني يكون "حسب الحدث" و مناسباتيا ، بينما أكدت نسبة 70 % من المبحوثين بان وتيرة الاهتمام بالحدث المحلي من طرف الإذاعة المحلية هي دائمة.

أما عن رأي المبحوثين في مصدر الخبر عند وقوع الأحداث المهمة، فقد تباينت الرؤى و أقرت نسبة 38.75 % من إجمالي عينة البحث تأييدها استقاء الأخبار من الإذاعة الوطنية (المركزية) عند وقوع الأحداث الهامة. كماأن اغلبيه عينة البحث (85 %) اكدت أنها تتابع عن كثب المشكلات باختلاف أبعادها الاجتماعية، الاقتصادية و السياسية من خلال الإذاعة المحلية ما يعطي دور الريادة لها في رصد و اكتشاف بل و تقصي الحلول لهذه المشكلات .

بينما اختلفت الرؤى بين المبحوثين حول درجة توفيق الاذاعة المحلية في معالجة المشكلات، و استقرت في عبارة "أحيانا" بنسبة 44.58 % و التي توحي بان وظيفة الإذاعة المحلية هي تشخيص المشكلات

فقط و ليس لحلها، إذ لا يتوقف حل المشكلات المجتمعية على مدى استعداد مؤسسة الإذاعة المحلية فقط بل على قطاعات عديدة.

على ضوء هذه المعطيات يمكن استخلاص ما يلي:

- فيما يخص العلاقة بين متغير تتبع المشكلات و متغير الجنس لأفراد عينة البحث فقد خلصت الدراسة إلى أن فئة الذكور هي الأكثر تبعا للمشكلات بكل أبعادها، حيث بلغت نسبتهم 87.74 % مقابل نسبة 82.84 % لفئة الإناث.

و عن تحليل هذه العلاقة من منطلق الفئة العمرية ، نجد أن الفئة الأكثر اهتماما بالمشكلات المطروحة و قضايا الساعة هي الفئة العمرية (38–47) سنة و فئة أكبر من (58) سنة، و يعد هذا معقول على اعتبار أن الفئة الأولى تعبر عن مرحلة النضج في التعامل مع المشكلات، أما الفئة الثانية فلها من التجربة الاجتماعية ما يسمح لها بترصد و عرض مختلف الانشغالات المجتمعية .

أما نتائج العلاقة من منطلق المستوى التعليمي فقد أوضحت أن ذوي المستوى المنخفض أو المتدني (دون المستوى، ابتدائي) و ذوي المستوى العالي (الدراسات العليا) هم أكثر المبحوثين مشاركة و فعالية في طرح وعرض و تتبع المشكلات بكل أبعادها في الإذاعة المحلية ، بينما ذوي المستوى الثانوي و الجامعي هم أكثر الفئات سلبية في التعاطي مع مشكلات المجتمع.ما يقودنا إلى دحض الفرضية القائلة بان عامل مستوى التحصيل العلمي يعطي أفضلية في التعامل مع معطيات و مشكلات الواقع المجتمعي من خلال وسائل الإعلام.

كذلك نستنتج من الدراسة بان درجة الاهتمام بالقضايا و المشكلات تباينت بين مختلف الفئات المهنية، بحيث أن كل فئة لها درجة معينة من الاهتمام تتبع من طبيعتها المهنية و موقعها الوظيفي في المجتمع، حيث احتلت فئة الموظفين المرتبة الأولى بنسبة 47.06 % ، و سجلنا أن نسبة 67.92 % من إجمالي أفراد عينة البحث يقرون بأن أولوية الصلاحية في معالجة المشكلات سواء اجتماعية أو سياسية و اقتصادية للإذاعتين معا بشقيها الوطنية المركزية و المحلية الجهوية.

فبمعيار المستوى التعليمي أكدت النتيجة المتوصل إليها في الدراسة تباين التصور لمفهوم التكامل بين المحلي (الجهوي) و الوطني(المركزي) من قبل أفراد عينة البحث على اختلاف مستوياتهم التعليمية، حيث نتجت ثلاثة فئات تعليمية (فئة المستوى الجامعي، فئة المستوى الثانوي و فئة مستوى الدراسات العليا) تقر بأن يكون هناك تكاملا وظيفيا في العمل بين هذين النوعين من الإعلام الإذاعي.

كما دلت البيانات الإحصائية بأن نسبة 47.50 % من إجمالي العينة تعتقد بأن للإذاعة المحلية دورا في التحكم في معالجة المشكلات بمختلف أنواعها ، فبالنسبة للمبحوثين الذين أكدوا ذلك ، فقد قدموا أسبابا حاولوا من خلالها منح الشرعية الإعلامية لهذا التحكم و تباينت هذه الأسباب كمايلي:

-أكدت نسبة 22.92 % بأن أهم سبب نابع أساسا من جوارية و قرب المؤسسة الإذاعية المحلية للمواطن ، فالفرد يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر لتحقيق أهدافه كمواطن من حقه أن يعلم، و يتخذ قراره السياسي بالتصويت، وان يتعلم المستجدات في المجالات المختلفة، وأن يرفه عن نفسه، وأن يتفاعل مع المشكلات الاقتصادية و يتخذ قراراته الاستهلاكية، و غيرها من الأهداف.

و بمقارنة الجنسين في مسالة إمكانيات و دور الإذاعة المحلية في حل المشكلات خلصت الدراسة الى أن نسبة الإناث هي الأكثر ثقة في ذلك (51.75 % مقابل 48.25 %)، بينما التردد و النفي كان أكبر منه عند الذكور.

أما بمعيار التحصيل العلمي فقد توصلت الدراسة إلى أن هناك اختلافا حول مفهوم دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات بمختلف أبعادها، هذا الاختلاف كان متجانسا ومنظما إلى حد ما بين الفئات التعليمية على النحو التالي:

– هناك تجانسا حول هذا المفهوم في فئتي المستوى الابتدائي و دون المستوى و الثانوي، يتمثل في النظرة ذات الاتجاه الايجابي لدور الإذاعة المحلية في حل المشكلات بمختلف أبعادها.

– هناك تجانسا حول هذا المفهوم، في فئات المستوى الجامعي ، الدراسات العليا و المتوسط، بحيث أن هذا الاتجاه كان سلبيا تجاه الدور الذي تؤديه الإذاعة المحلية في حل المشكلات.

كما خلصت الدراسة إلى أن هناك تباين كبير حول دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات بالنظر إلى معيار مهنة المبحوثين، حيث وجدنا أن الفئة الوحيدة التي كانت ترى في غالبيتها بأن للإذاعة المحلية دورا في معالجة المشكلات هي فئة المتقاعدين، بينما فئة الطلاب و الأعمال الحرة و الموظفين ، كانوا غير مقتنعين بهذا الدور، لتبقى فئة البطالين و الماكثات في البيوت تغلب عليهم سمة التردد، و يرجع السبب إلى أن الإذاعة المحلية لم تلعب الدور المنتظر منها في مجال تشخيص و معالجة المشكلات بالنسبة لهذه الفئات.

نجد كذلك أن نسبة كبيرة من عينة البحث أكدت على أن الإذاعة المحلية هي دليل و مؤشر قوي على وجود تنوع ثقافي في المجتمع بنسبة 35.44 % من إجمالي الإجابات المحتملة في السؤال و ما يمكن استنتاجه في هذا الصدد أن أفراد عينة البحث أكدوا على أن الإعلام المحلي هو دليل على وجود ديناميكية

و توازن في الحقل الثقافي داخل المجتمع أكثر منه دليل و مؤشر على وجود أزمة داخل المجتمع،نذكر في هذا الصدد أن المؤشرات المستخرجة في الدراسة انطلقت من المعطيات الثقافية (التنوع الثقافي) في المرتبة الأولى إلى معطيات الأزمة في المرتبة الخامسة.

أما فيما يخص السبب الرئيسي عن غياب الإذاعات المحلية عن الحقل الإعلامي قبل سنة 1991 فقد أرجعت عينة البحث ذلك إلى احتكار وسائل الإعلام من طرف الدولة بالدرجة الأولى و كانت النسبة المعبر عنها تقدر بـــ28.65 % من إجمالي الإجابات المحتملة ،و إن ترتيب الأسباب من طرف المبحوثين انطلاقا من الاحتكار الإعلامي (السبب الأول) و الانتهاء بسبب "الإعلام المحلي غير فعال"، يبدو ترتيبا منطقيا نظرا للسياقات التاريخية السابقة لحقل الإعلام في الجزائر، بحيث أنه كان مسيرا بطريقة مركزية و كانت الرقابة مشددة عليه.

و أما فيما يخص المؤسسات المسؤولة على نمو و تطور المجتمع فقد افرزت الدراسة رؤيا متباينة من طرف عينة البحث حيث احتلت فيها الإجابات المرتبطة بالمؤسسة الاقتصادية المرتبة الأولى و بنسبة 32.41 % من المجموع الكلي للإجابات، مايمكن استنتاجه في هذا الصدد هو "ان البناء الفوقي ما هو إلا انعكاس للبناء التحتي". حيث أكدت الإجابات بان العامل الاقتصادي هو الذي يحرك المجتمع نحو النمو بالدرجة الاولى، ثم يأتي العمل الثقافي و العامل الديني و في الأخير الإعلامي.

فيما منحت عينة البحث الإذاعة المحلية وظيفة "تقديم إعلام جواري" بالدرجة الأولى بنسبة 28.67 % من إجمالي الإجابات، و بالتالي فهي مطالبة بتقديم خدمة جواريه قريبة من المجتمع المحلي و إلا فقدت وزنها على اعتبار أن الإعلام المركزي لا يلبي هذه الخاصية الجوهرية بالنسبة للاتصال المحلي.

و فيما يخص تصور أفراد عينة البحث للحقل الإعلامي في الجزائر وكذا موقع الإذاعة المحلية ضمن هذا الحقل فقد أكدت الدراسة بان نسبة 74.17 % من إجمالي عينة البحث لا يتصورون الحقل الإعلامي في الجزائر دون إذاعات محلية، هذه النسبة لا تدع شك في التأكيد على دور الإذاعة المحلية في المجتمع من جهة و من جهة أخرى عدم التنازل عن هذا المكسب الديمقراطي الثمين.

و في نفس السياق أقرت الدراسة بان فئة المجيبين بـــ (نعم) أي الذين يتصورون الحقل الإعلامي في الجزائر من دون إذاعات محلية، انما يعزون ذلك إلى جملة من الأسباب نجملها فيمايلي:

-يمكن أن يكون سبب التخلي عن الإذاعة المحلية في المجتمع هو تأثيرها الضعيف مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى و كانت نسبتهم 4.17 %،

-أما أن نسبة 3.33 % تعزوا ذلك إلى وجود تكنولوجيات اتصال بديلة.

– بينما قدرت نسبة 2.50 % بأن الإذاعات المحلية لا تؤدي الدور الإعلامي المنوط بها و ما هي إلاعبارة عن امتداد للإذاعة المركزية

– في حين أكدت نسبة 0.83 % ، بأن الإعلام المركزي فعال أكثر من الإعلام المحلي .

إن أعلى نسبة للذين يتصورون الحقل الإعلامي الجزائري (من خلال الدراسة) دون إذاعة محلية وصل إلى حدود 30.77 % في فئة (28–37) سنة.

أما بالنسبة لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي العالي (جامعي – دراسات عليا) فقد اقروا بأنهم يستطيعون أن يتصوروا الحقل الإعلامي في الجزائر من دون إذاعات محلية، بينما الفئات ذوي المستوى الأدنى عكس ذلك (دون المستوى– مستوى الابتدائي و الثانوي).

وعن أسباب تحرير الحقل الإعلامي في مجال الإذاعة المحلية فقد خلصت الدراسة إلى ثلاثة أسباب رئيسية أهمها أن الإذاعة المحلية تعد ضرورية بالنسبة للمجتمع بنسبة 42.90 % من إجمالي الإجابات المحتملة و هذه النتيجة لا تدع مجالا للشك بأن الإذاعة المحلية تعد وسيلة اتصال مستقبلية، هذا لا يعني أن الإذاعة الوطنية ليس لها دور و مستقبل، لكن الفرق يكمن في الرهانات و الدور المنوط بكل نوع.

5–2– نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الإجرائية الثانية :

دلت النتائج الميدانية المتعلقة بالفرضية الثانية و التي مفادها أن الإذاعات المحلية تسعى إلى تكريس التنوع الثقافي على تباين سبب الاستماع للإذاعة المحلية حسب طبيعة المجتمع المبحوث، حيث تؤكد نسبة 30.79 % من إجمالي الإجابات على أن سبب الاستماع الرئيسي يعود إلى الخصوصية المحلية والثقافية التي تتمتع بها الاذاعة المحلية.

أما فيما يخص الاعتماد على الإذاعة المحلية كمصدر للأخبار الوطنية فقد نفت نسبة 54.58 % بأن يكون مصدر أخبارها الإذاعة المحلية ، فيما أقرت نسبة معتبرة تقدر بـــ 45.42 % بأنها تعتمد على الإذاعة المحلية في استقائها للأخبار الوطنية ، و ما يمكن استخلاصه في هذا الإطار أن :

– الإذاعة المركزية تعد الممول الرئيسي الذي يزود المواطن بالمعلومات.

–الإذاعة المحلية بدأت تخلق لنفسها مكانة في الساحة الاعلامية و تنسج علاقات مع جمهور المتلقين .

كما أثبتت الشواهد الإحصائية المتعلقة بالتضارب في نقل الخبر بين الإذاعة المحلية و الإذاعة الوطنية إلى أن نسبة 73.75 % من إجمالي أفراد عينة البحث يؤكدون بأنه لا يوجد أي تضارب في نقل الخبر سواء

كان مصدره الإذاعة الوطنية أو الإذاعة المحلية ما يجعلنا نستنتج بأن الإذاعة المحلية في الشق المتعلق بالأخبار تكون مراقبة في إنتاجها بطرق شتى ، ما يثبت هيمنة " البعد الوطني" إلى حد بعيد.

كما أكد أكثر كن نصف مجتمع البحث بنسبة 55.83 % بان الإذاعة الوطنية لا تعكس كل الأبعاد الثقافية من خلال برامجها، و في هذا تأكيد صريح على أن نظام الإعلام المركزي لا يلبي كل التوجهات الموجودة في المجتمع برمته فالإذاعة المحلية تعد احد أهم الوسائل الإعلامية التي تصنع علاقة وثيقة بين الثقافة و المجتمع المحلي و ما تتضمنه من شبكة العلاقات الاجتماعية، و ما يؤكد هذه النتيجة أن أكبر البلديات في ولاية قسنطينة لا تعتقد بأن برامج الإذاعة الوطنية تعكس أبعادها الثقافية (بلدية قسنطينة 9.70 %، بلدية الخروب 12.69 %، بلدية حامة بوزيان 8.96 %، بلدية ديدوش مراد 8.96 %) ، و حتى منها الصغرى لم تدل بأي موقف ما يثبت محدودية النظام الإعلامي المركزي في مجال الثقافة(بلدية مسعود بوجريو 16 %، بلدية عين السمارة 10 %، بلدية زيغود يوسف 10 %، بلدية ابن زياد 14 %) هذا ما يجعلنا نستنتج بأن النظام الإعلامي الجواري هو أنجع ميكانيزم في مجال الثقافة المحلية ، و عن العلاقة الموجودة بين متغير التحصيل العلمي و متغير انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال برامج الإذاعة الوطنية توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها انه كلما زاد مستوى التحصيل العلمي كلما قل الاعتقاد في دور برامج الإذاعة الوطنية فيما يخص مجال نشرها و تمثيلها للأبعاد الثقافية ، أي أن أصحاب المستويات الدنيا يعتقدون في أن برامج الإذاعة الوطنية تعكس الأبعاد الثقافية في المجتمع (دون المستوى، المستوى الابتدائي، المستوى الموسط)، بينما ترددت بالنسبة لهذا الموقف فئة المستوى الثانوي و كانت فاصلة بين الفئتين، بينما جزم أصحاب "المستوى الجامعي و مستوى الدراسات العليا" بالنفي في هذا الدور.

أما فيما يخص العلاقة بين المهنة و مدى انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال برامج الإذاعة الوطنية فقد سجلت الدراسة أن غالبية العينة ، إما أنها تنفي إمكانية استفاء برامج الإذاعة الوطنية للدور الثقافي المنوط بها أو موقف تردد تجاه هذا الدور و كانت مرتبة كمايلي:

- بالنسبة لفئة "الموظفين" و "الطلبة" و "المتقاعدون" قد نفوا تماما بان البرامج الإذاعة الوطنية بإمكانها أن تعكس الأبعاد الثقافية المنتشرة في المجتمع.
- بالنسبة لفئة "الماكثات في البيت" و فئة "الأعمال الحرة" كان لها موقف متردد من هذه القضية.
- أما فئة "البطالين" فأكدت على أن برامج الإذاعة الوطنية لها كل الإمكانيات للقيام بهذا الدور .

و أوضحت الدراسة فيما يتعلق بمتغير المواظبة على الاستماع و متغير انعكاس الأبعاد الثقافية من خلال برامج الإذاعة الوطنية أن نسبة 56.72 % ممن يستمعون بشكل منتظم لا يعتقدون في أداء برامج الإذاعة

المحلية ، في حين رجحت فئة الذين لا يستمعون بشكل منتظم الكفة لصالح أن برامج الإذاعة الوطنية تعكس كل الأبعاد الثقافية بنسبة 44.64 %.

ووفقا لتوزيع البرامج الإذاعية على أفراد عينة البحث بمعيار الشدة فقد خلصت الدراسة إلى أن البرامج الاجتماعية كانت المهيمنة في المرتبة الأولى تتبعها البرامج الثقافية في المرتبة الثانية، هذا ما ينم على الدور التربوي الممنوح للإذاعة المحلية تجاه المجتمع ،أما بالنسبة للبرامج العلمية فقد أثبتت الإحصائيات بأن هذا النوع من البرامج قد احتل المركز الثالث و هو يستقطب عدد معتبر من المستمعين، في حين احتلت البرامج الرياضية المرتبة الرابعة متقدمة على البرامج السياسية،الاقتصادية و قد اقتصرت خاصة على فئة الشباب من المبحوثين و بالتالي فهو تعبير مباشر من طرف هؤلاء على احتياجات إعلامية ثقافية يتذيتون فيها و تعيد لهم الثقة من جديد في الاتصال المؤسساتي ، بينما احتلت البرامج الترفيهية المرتبة الخامسة متقدمة وهي تمثل لحظة استرخاء فكري بالنسبة للمتلقي ، أما البرامج الاقتصادية فنجدها قد احتلت المرتبة السادسة بنسبة 25.83 % ، و ترمي هذه البرامج في غالبيتها إلى حل المشكلة الاقتصادية للمواطن، و في الأخير احتلت البرامج السياسية المركز السابع بنسبة 27.50 % .إن النتيجة المحتفظ بها هنا ، هو ترتيب "صنف الاقتصاد" و "صنف السياسة" من حيث شدة الاهتمام و الحرص على المتابعة حيث وردا في ذيل الترتيب ما يوحي بعدم الثقة في محتوى هذه البرامج من طرف الجمهور من جهة و من جهة أخرى إن تدني الوضع الاقتصادي العام في المجتمع الجزائري و تدهور التجربة الديمقراطية التي مر بها المجتمع الجزائري ، كل ذلك جعل المستمع ينفر من هذا النوع من البرامج على اعتبار أنها تمثل مؤسسات أثبتت عجزها و أصبحت دون مردود ملموس بالنسبة للجمهور .

و في نفس السياق أرادت الدراسة أن تتعمق في صنف "البرامج الثقافية" بغية معرفة كيف تساهم الإذاعة المحلية كوسيلة جماهيرية في ترسيخ فكرة التنوع الثقافي فوجدنا أن البيانات الإحصائية تشير إلى أن هناك خمسة أبعاد ثقافية بالنسبة لهذا الصنف و قد رتبناها حسب أفضليتها بالنسبة لعينة البحث بمعيار الشد من (1) إلى (5) و لقد أسفرت المعالجة الإحصائية عن مايلي:

هيمنة الثقافة الدينية و تفضيلها من طرف أفراد عينة البحث (المركز الأول بنسبة 40.83 %) ، ثم ورد بعد "الثقافة الاجتماعية" الذي يحتل (المركز الثاني، بنسبة 29.17 %) ، و حسب ما تؤكده الدراسة فان بعد "الثقافة التاريخية" قد احتل (المركز الثالث بنسبة 32.92 %) ،أما بعد "الثقافة الأدبية" فنجده قد احتل المرتبة الرابعة بنسبة 26.25 %، فيما احتل بعد "الثقافة السياسية" المرتبة الأخيرة (المركز الخامس بنسبة

55.42 %) ، إن لمثل هذا الترتيب –الأخير– دلالة سوسيولوجية مفادها أن العلاقة بين الموطن و المؤسسات السياسية للدولة قد تزعزعت ، و جاء الاعلام المحلي في جزء منه لسد هذا الشرخ.

و قد شخصت الدراسة الوظائف الأساسية للإذاعة المحلية و خلصت إلى تصنيفها و ترتيبها كمايلي :

احتلت وظيفة "توعية المجتمع" المركز الأول بنسبة 32.67 % ، بينما احتلت وظيفة "التسلية و الترفيه" المركز الثاني من بين الوظائف الأخرى بنسبة 16.87 % و يعتبر هذا المركز في نظرنا معتبرا مقارنة بوظائف أخرى، حيث تعمل هذه الوظيفة على جذب اكبر عدد من المستمعين عن طريق خلق مواد إعلامية تستميل اهتمامهم ، أما الوظيفة الثالثة المنوطة بالإذاعة المحلية فهي "تغيير سلوك الأفراد"، حيث قدرت نسبتها بـــ13.16 % ، و فيما يخص الوظيفة الرابعة فهي "نقل التراث بين الأجيال" و هي تعبير مباشر على أن الإذاعة المحلية هي ضامن و خزان و ناقل فعال للموروث الثقافي بالنسبة للمجتمع بصفة عامة و للمجتمع المحلي بصفة خاصة، و بالنسبة للوظيفة الخامسة فتتمثل في "اكتساب قيم جديدة" بنسبة 12.50 % ، في حين احتلت وظيفة "مراقبة المحيط" المركز السادس بنسبة 10.31 %

و قد خلصت الدراسة في مجال مساهمة الإذاعة المحلية في نشر اللهجات المحلية إلى **أن** نسبة 65 % من إجمالي عينة البحث تؤكد بان الإذاعة المحلية تساهم بشكل فعال في نشر اللهجات المحلية الخاصة بالمنطقة التي تستثمر فيها جهودها، فاللهجة تعد إلى جانب اللغة إحدى آليات الحفاظ على الثقافة المحلية و نشرها و استمرارها إلى جانب أنها تعد احد مقومات الشخصية بمفهومها الثقافي الواسع.

كما دلت البيانات الإحصائية للدراسة فيما يخص انعكاس الأبعاد الثقافية المحلية من خلال برامج الإذاعة المحلية على أن 68.75 % من أفراد عينة البحث اقروا بأن الأبعاد الثقافية المحلية ممثلة من خلال برامج الإذاعة المحلية ، و أن هذه البرامج تلبي رغبتهم الثقافية خاصة في جانبها المحلي، و كانت فئة الإناث أكثر اقتناعا و إيمانا من فئة الذكور في أن الإذاعة المحلية تعكس الأبعاد الثقافية من خلال برامجها و أن لها القدرة الكاملة في نشر الأبعاد الثقافية المحلية،و انه كلما ارتفع السن كلما كان الاعتقاد ضعيف في إمكانية الإذاعة المحلية من حيث قدرتها على عكس الأبعاد الثقافية المحلية، بينما هناك حالة من عدم الاستقرار حول هذه الفكرة بمعيار الفئة المهنية، بحيث وجدت الدراسة بأنها تحتل المركز الأول من حيث التأييد عند فئة الموظفين و تحتل المركز الثاني عند فئة البطالين، الطلبة، الماكثات في البيت،الأعمال الحرة، و في المقابل نجد نفس الفكرة تحتل المركز الأول من حيث التردد بعبارة "لا ادري" عند فئة "الماكثات في البيت" ، و فئة الأعمال الحرة، و احتلت المراكز المتأخرة عند فئة البطالين، الطلبة،

المتقاعدين، و بينما احتلت نفس الفكرة المركز الأول بمعيار النفي عند البطالين و الطلبة و المتقاعدين و هذا دليل قاطع على اختلاف التصورات عند المبحوثين من مختلف مواقعهم المهنية.

أما بخصوص مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن توصلت الدراسة الى أن نسبة 52.08 % يؤيدون مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء إلى الوطن الأم و تقويتها، وكان اتجاه المبحوثين نحو هذه العلاقة قوي و موجب بدرجة كبيرة قدرت قيمته بـــ (+274) ما يجعلنا نجزم العلاقة القوية بين وسائل الإعلام المحلية و القيم المتعلقة بالوطن و ما للإعلام من دور في حفظ و توازن المجتمع و مؤسساته ، في نفس السياق كانت فئة الذكور هي الأكثر معارضة من فئة الإناث لفكرة مساهمة الإذاعة المحلية في خلق رابطة الانتماء للوطن، بينما كانت الإناث أكثر تأييدا من الذكور في هذه المسألة .

أما بخصوص رؤية المبحوثين لدور الإذاعة المحلية في إبراز الخصوصية الثقافية فقد خلصت الدراسة إلى أن نسبة 67.08 % من المستجوبين تشير إلى أن مساهمة الإذاعة المحلية هي مساهمة ايجابية مقارنة مع نسبة المستمعين الذين عارضوا هذه المساهمة و كانت نسبتهم 4.17 % ، و قد كان الاتجاه العام الذي توصلت إليه الدراسة بخصوص مساهمة الإذاعة المحلية في إبراز الخصوصية الثقافية في المنطقة التي تستثمر فيها جهودها تقدر بـــ (+227) أي أن الاتجاه كان موجبا بدرجة عالية مما يدل على الأهمية الكبيرة التي يلقيها المستمعون على عاتق الإذاعة المحلية في تنوير الرأي العام المحلي حول مختلف المسائل و الأشكال الثقافية المحلية.

و فيما يخص كفاية البرامج الإعلامية في إبراز الجانب الثقافي المحلي أبرزت الدراسة أن أكثر من نصف عينة البحث و بنسبة 66.25 % تؤكد على أن البرمجة الإعلامية غير كافية و أن الشبكة البرامجية يجب أن تعمل بأكبر طاقة حتى تستوعب قدر الإمكان كل المعطيات الثقافية المحلية.

و عن رأي العينة في الأبعاد الثقافية الواجب التركيز عليها في الإذاعة المحلية فقد أوضحت الشواهد الإحصائية وضعية توفيقية بنسبة 53.33 % من إجمالي العينة ، حيث أكدوا على انه من أولويات الإذاعة المحلية التركيز على البعد الثقافي بشقيه المحلي و الوطني معا وهذا حفاظا على التوازنات الكبرى للمجمع خاصة في جانبها الثقافي.

5-3- نتائج الدراسة في ضوء الفرضية الإجرائية الثالثة :

فيما يخص الفرضية الثالثة و التي مفادها أن الإذاعات المحلية تزيد في عملية الاندماج الاجتماعي داخل المجتمع المحلي . لقد انطلقت الدراسة من ترتيب الوسائل الإعلامية بناء على قوة إخباريتها و قد كشفت بأن الوسيلة الإعلامية الأولى من حيث الشدة كانت التلفزيون، فقد اقر 46.25 % بان هذه الوسيلة تتمتع بكل الخصائص مما يجعلها الأكثر قوة من حيث الإخبار خاصة في مجتمعات تسود فيها الأمية بكثرة، ولطالما شكل التلفزيون الوسيلة الأمثل للجمهور الجزائري و لسنوات طويلة، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب الاذاعة المسموعة فقد أكدت نسبة 31.25 % أنها تلعب دورا مهما في مجال الإخبار و لكن بدرجة اقل من التلفزيون ، بينما كانت المرتبة الثالثة كما أشارت عينة البحث بنسبة 32.50 % للصحافة المكتوبة لما لها من الأثر و التأثير على المجتمع و لكنها تبقى تعاني عائقا كبيرا شكل حائلا أمام جمهورها ألا و هو فعل القراءة ، فيما يخص المرتبة الرابعة من حيث الشدة: فكانت لوسيلة الانترنيت بنسبة 43.33 % ، و يبقى الاستعمال الأمثل لهذه التقنية رهين ثلاثة عوامل هي:

- توفر البنية التحتية و المعدات التقنية.
- معرفة القراءة والكتابة.
- التحرر النفسي في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة.

في حين احتلت وسيلة السينما المرتبة الخامسة (الأخيرة) من حيث الشدة بنسبة 85 % ، فغالبية العينة أقرت بأن السينما لا تمثل بالنسبة اليهم وسيلة إخبارية فعالة بقدر الوسائل الإعلامية الأخرى، وهو انعكاس لواقع مزري بالنسبة لهذا القطاع المهم ، الذي لا يقل أهمية عن القطاعات الأخرى.

كما دلت الإحصائيات التي توصلت اليها الدراسة أن نسبة 56.67 % من أفراد عينة البحث تقر بان الإذاعة المحلية تعمل في تكامل مع وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، بمعنى أنها لا تنافس إعلاميا معها إن الاختلاف هنا و التكامل يمكن مناقشته من ناحية مستوى الرهان الذي تصبو إليه كل وسيلة، فكل وسيلة اتصال جماهيري لها رهاناتها و استراتجياتها الخاصة ولها جمهورها الخاص.

أما عن أسباب عدم تكامل الإذاعة المحلية مع الوسائل الإعلامية السابقة حسب فئة من المستجوبين فإنها تتراوح بين ما هو تقني كنقص الإمكانيات التقنية للإذاعة المحلية حيث تعتقد نسبة 6.25 % من المبحوثين في ذلك ، بينما تقر نسبة 5.83 % أن سبب عدم التكامل يرجع بالأساس إلى انه لا توجد تعددية إعلامية و قانونية حقيقية في الساحة الجزائرية ، في حين تؤكد نسبة 4.58 % بان الصحفيين في

الإذاعة المحلية غير مؤهلين فنيا و تقنيا وتكوينيا مقارنة مع نظرائهم في الوسائل الأخرى، و في الأخير تقر نسبة 3.75 % إلى أن عدم التكامل يرجع إلى التناقض في الأخبار بين الوسائل الإعلامية المختلفة.

أما عن دور الإذاعة المحلية في منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية فقد اثبتت الدراسة أن نسبة 69.17 % من المبحوثين أكدوا على أن الإذاعة المحلية منحت لهم فرصة المشاركة في الحياة المحلية، عن طريق الحصص الإذاعية التي تبثها و التي تعد احد الآليات الايجابية التي يزيد من فرص الاندماج الاجتماعي داخل المجتمع . لقد ساد عدم الاستقرار في الإجابة فيما يخص دور الإذاعة المحلية في منح فرصة المشاركة في الحياة المحلية خاصة عند الإناث حيث كانت فئة الإناث الأكثر اعتقادا في دورها بنسبة 58.43 % مقابل 41.57 % من المبحوثين الذكور ، بينما نفت نسبة 51.35 % من الإناث أن يكون

للإذاعة المحلية دورا في إرساء قواعد تواصلية مع المجتمع مقابل نسبة 48.65 % من المبحوثين الذكور و كانت نسبة التردد هي سيدة الموقف عند فئة الشباب التي يتراوح أعمارهم ما بين(28-37) سنة بنسبة 43.24 % ما يجزم بأن الإذاعة المحلية لم تشرك معظم الشباب و لم تمنحهم فرصة حقيقية في تمثيل أنفسهم و طموحاتهم، بينما نسبة الإيجاب كانت متمركزة في فئة (38-47) سنة و فئة اكبر من 58 سنة، حيث ترى هاتين الفئتين بان الإذاعة المحلية منحتهم فرصة المشاركة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في الحياة المحلية، في حين كانت نسبة النفي متمحورة في الفئة العمرية (48-57) سنة و التي اعتبرت أن الإذاعة المحلية لم تمنحهم فرصة للتواصل في بيئتهم الاجتماعية المحلية،أما بمعيار الفئات المهنية فقد توصلت الدراسة إلى أن فئتي "البطالين" و "الماكثات في البيت" هما الأكثر اعتراضا على دور الإذاعة المحلية في خلق فرص تشاركية ، في هذا السياق وجب على جميع المؤسسات الاعلامية بمختلف توجهاتها أن تستعب جميع أجزاء المجتمع بمختلف شرائحه ، وعلى المخططين لمؤسسات الإذاعة المحلية إعادة النظر في البرامج و السياسات الإعلامية الموجهة لهاتين الفئتين، أما بالنسبة للرضا عن دور الإذاعة المحلية فكانت النسب الأعلى من نصيب فئتي "الأعمال الحرة" و كذا "الموظفين" و في هذا دليل على أن الإذاعة المحلية منفتحة اتصاليا على القطاعات الأخرى، كالمؤسسات الاقتصادية و الاجتماعية و المتعاملون الخواص، في حين أعلى نسب التردد سجلت عند: "الطلاب" ، "الماكثات في البيت" و "المتقاعدين"، فهؤلاء لم تتضح لديهم الرؤيا حول دور الإذاعة المحلية في تسيير الحياة المحلية كما تشير الدراسة في هذا الصدد بمعيار التحصيل التعليمي إلى أن فئات دون المستوى بنسبة 5.42 % و المستوى المتوسط بنسبة 7.83 % و المستوى الثانوي بنسبة 12.05 % و فئة المستوى الثانوي بنسبة 34.94 %

قد أكدوا بأن للإذاعة المحلية دورا ايجابيا في انخراطهم في الحياة المحلية ، فيما نفت فئة المستوى الجامعي بنسبة 51.35 % دور الإذاعة المحلية في هذا المجال ، في حين ترددت فئة الدراسات العليا بنسبة 10.81 % ، و بهذا نخلص إلى أنه كلما تقدمنا في مستوى التحصيل الدراسي كلما كانت فرص المشاركة ضئيلة من خلال الاذاعة المحلية.

و فيما يخص موقف المبحوثين من أداء الإذاعة المحلية فقد أبدت نسبة 52.50 % من المبحوثين موقف الرضا التام من أداء الإذاعة المحلية خاصة في جانب مضمون البرامج. ، في حين أبدت نسبة 8.33 % من المبحوثين عدم رضاهم التام عن أداء الإذاعة المحلية.

و عليه فقد توصلت الدراسة إلى أن اتجاه المستمعين نحو لأداء الإذاعة المحلية داخل المجتمع هو اتجاه موجب بدرجة كبيرة (+213) و هو ما يفسر مدى التناغم الذي يوجد بين المستمعين و مؤسسة الإذاعة المحلية وعن علاقة متغير الجنس بهذا الموقف فقد أفصحت الدراسة على أن :

- فئة الإناث أكثر رضا (59.52 %) عن أداء الإذاعة المحلية من الذكور (40.18 %)
- فئة الذكور هم الأكثر ترددا من دور الإذاعة المحلية نسبة 52.63 %.
- فئة الذكور غير راضين تماما (55 %) عن أداء الإذاعة المحلية مقابل (45 %) عند الإناث.

و عن نفس العلاقة بمتغير السن فقد توصلت الدراسة إلى أن لعامل السن تاثيره في موقف المستمعين تجاه دور الإذاعة المحلية، بحيث أن تباين الأعمار أدى إلى عدم انسجام الرأي حول موقف معين، فالموقف ينطلق بشباب متردد ، ثم شباب غير راض، و بعدها و في مرحلة عمرية أنضج يستقر الموقف في الرضا ثم يعود الموقف إلى نقطة عدم الرضا ليتبلور في الأخير بالرضا عند فئة الأكبر سنا و الأكبر نضجا.

بينما خلصت الدراسة عن علاقة متغير التحصيل العلمي بالموقف السابق إلى أن :

إن نسبة "الرضا التام" (35.71 %) و "الرضا" (42.11 %) عن أداء الإذاعة المحلية سجلت في فئة المستوى الثانوي، بينما أعلى نسبة في موقف "عدم الرضا" (40.54%) و "عدم الرضا التام" (31.75 %) و "اللامبالاة"(55 %) كانت متمركزة في فئة المستوى الجامعي.

و عن أسباب عدم رضا المبحوثين من أداء الإذاعة المحلية توصلت الدراسة إلى جملة من الاسباب نوجزها في ثلاثة أسباب رئيسية هي:

-السبب الأول: يتعلق بمنظومة القوانين التي تسير المؤسسات الإعلامية.
- السبب الثاني: يتعلق بشق الصحفيين.

– السبب الثالث: تصور مفهوم الإعلام في حد ذاته في علاقته بالاعلام المحلي و ماهي حدود التداخلات بينهما في الواقع.

و فيما يخص إسهام الإذاعة المحلية في بناء علاقات اجتماعية داخل المجتمع أكدت البيانات الإحصائية أن نسبة 77.08 % من أفراد عينة البحث تقر بان الإذاعة المحلية تساهم في هيكلة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، ، و بالتالي تعد فضاء لترتيب قيم اجتماعية ذات أولوية و أهمية بالنسبة للمجتمع، و من هنا يأتي التأكيد على أن الإذاعة المحلية تعد من بين أحسن الوسائل للاندماج الاجتماعي بامتياز، كما أن هناك

آليات تساهم بها الإذاعة المحلية في بناء العلاقات داخل المجتمع وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى رصد ستة ميكانيزمات للاندماج الاجتماعي مرتبة كالآتي:

أهم آلية تعمل من خلالها الإذاعة المحلية في المجتمع هي "تعزيز الروابط الاجتماعية"، حيث أكدت نسبة 36.95 % من إجمالي الإجابات على ذلك، فوسائل الاتصال بمختلف أشكالها تعمل في هذا الاتجاه من اجل حفظ النظام الاجتماعي العام و كذا تنظيم مخزون المعايير الاجتماعية، أما الآلية الثانية فهي "توفير المعلومات" و قد جاءت نسبة 19.35 % من إجمالي الإجابات تؤكد على ذلك، بينما حلت آلية "إشباع الحاجات النفسية و الاجتماعية" في المركز الثالث، بنسبة 16.42 % ، في حين احتلت آلية "منح الأمن و الحماية" و "التوحد مع قيم الغير" المركز الرابع، حيث كانت نسبة الإجابات في حدود 9.38 %. و في الأخير احتلت آلية "تدعيم الولاء للجماعة" المركز الخامس بنسبة 8.50 % ، لقد كانت فئة الإناث أكثر اقتناعا بدور الإذاعة المحلية (61.11 %) في مجال بناء شبكة العلاقات وإعادة تركيبها داخل المجتمع أكثر منه عند الذكور، التي سادت فيها حالة التردد(51.35%) ، بينما تباينت الرؤى حول مدى إسهام الإذاعة المحلية في بناء شبكة العلاقات داخل المجتمع بمعيار السن فهناك الفئات العمرية المؤيدة و تجسدت في فئة (18–27) سنة و أكبر 58 سنة، و هناك الفئات النافية لدور الإذاعة المحلية في بناء شبكة العلاقات الاجتماعية كفئتي (38–47) سنة و (48–57) سنة بينما سادت حالة التردد في فئة (28–37) سنة ، كذلك لم تكن هذه المسألة محل اتفاق من طرف المبحوثين بمعيار التحصيل العلمي، و لقد اختلفت التصورات تبعا لخصائص كل مجموعة تعليمية.

أما بالنسبة للقيم المكتسبة من طرف المبحوثين خلال استماعهم إلى برامج الإذاعة المحلية فقد أقرت الدراسة بأن 47.92% من المبحوثين اكتسبوا قيما تجسدت ما بين قيم "وطنية" و أخرى "اجتماعية و

ثقافية" و أخرى "توعوية"، و قد احتلت القيم "الاجتماعية الثقافية" المركز الأول بنسبة 39.17% ، بينما احتلت القيم الوطنية نسبة 5.42 % ، فيما احتلت القيم التوعوية المركز الثالث بنسبة 3.33 % .

كما بحثت الدراسة رأي المبحوثين حول دلالات وجود الإذاعة المحلية في المجتمع و مدى الاهتمام بالثقافة المحلية وكشفت **أن** نسبة 55 % موافقون على الرأي القائل أن انتشار الإذاعات المحلية هو دليل على أن مؤسسات الدولة تولي أهمية خاصة للثقافة المحلية ولعمليات الاندماج الاجتماعي، وأن نسبة 17.08 % وافقوا تماما على أن تواجد الإذاعات المحلية هو تعبير على أن مؤسسات الدولة تمنح للثقافة المحلية مكانة معتبرة ، أما بخصوص اتجاه المستمعين نحو العلاقة بين وجود الإذاعات و انتشارها في المجتمع و درجة الاهتمام بالثقافة المحلية في ولاية قسنطينة فقد توصلت الدراسة إلى انه موجبا و بدرجة (+169).

أما عن رأي المبحوثين في تعزيز القيم داخل المجتمع المحلي من طرف الإذاعة المحلية فقد أكدت الدراسة بأن نسبة 65 % من المستمعين يرون بأن دور الإذاعة المحلية موجود، و يتبنون اتجاها موجبا إلى درجة معتبرة قيمته (+168) ، وكانت أعلى نسبة تؤيد هذا الدور في فئة الإناث (62.50%) مقارنة بالذكور (37.50%)، بينما نفت فئة الشباب بان يكون للإذاعة المحلية دورا في هذا المجال سواء بالنسبة لفئة (18–27) سنة (36.36 %)، أو (28–37) سنة(36.36 %)،أو (38–47) سنة(42.86%) أما بالنسبة لفئة (48–57) سنة فهي لا تعلم(17.14 %) بان للإذاعة المحلية دورا مهما، في حين نجد أن فئة أكبر من 58 سنة قد أكدت(12.50%) بأن دور الإذاعة المحلية موجود بقوة في نشر القيم في المجتمع، وقد أبرزت الدراسة بمعيار المستوى التعليمي أن أعلى النسب فيما يخص التأكيد (موجود بقوة و موجود) على إسهام الإذاعة المحلية في مجال تعزيز القيم و العلاقات الاجتماعية قد سجل في فئة " دون المستوى" (12.50%)، و فيما يخص دحض دور الإذاعة المحلية فكان في فئة مستوى "الدراسات العليا (18.18%) ، أما التردد فقد تمركز في فئتي "المستوى المتوسط" (20 %) و "المستوى الثانوي" (5.71 %) .

وخلصت الدراسة إلى ان مصادر معلومات المبحوثين في المجال الثقافي و السياسي عن البلاد كانت كمايلي:

نسبة 37.35 % من المبحوثين أكدت على أن مصدر تصورها مستمد من برامج التلفزيون، في حين أن نسبة 22.17 % يعتمدون على وسيلة الصحافة المكتوبة كمصدر لمعلوماتهم ، بينما عبرت نسبة 21.69 % عن فئة المبحوثين الذين شكلت لهم الإذاعة الوطنية الدعامة الأساسية في تكوين خلفية عن المشهد

السياسي و الثقافي في الجزائر، فيما أقرت نسبة 9.64 % انها كانت تستمد تصوراتها من القنوات الأجنبية سواء الإذاعية أو التلفزية (الفضائية) كما شكلت نسبة 8.19 % من المبحوثين الذين كانوا يستقون معارفهم من الكتب.

وعن ترتيب مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين" من طرف المبحوثين بناءا على درجة بروزها في الإذاعة المحلية فقد أفرزت الدراسة الترتيب الآتي:

احتل موضوع "الوطن" المرتبة الأولى من حيث حجم البروز بنسبة 31.25 % ، فيما احتل موضوع "الثقافة الوطنية" المركز الثاني بنسبة 26.25 % ،بينما احتل موضوع "التاريخ الوطني" المرتبة الثالثة بنسبة 25 % ، كما احتل موضوع "الهوية الوطنية" المركز الرابع بنسبة 30 % ، في حين احتل موضوع "الدين" المرتبة الأخيرة، بنسبة 37.92 % .

و أما عن رأي المبحوثين حول رؤية الإذاعة المحلية اتجاه مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية" و "الدين" فقد أكدت نسبة 62.08 % بأنهم يوافقون رؤية الإذاعة المحلية تجاه المواضيع المطروحة ، و كان الاتجاه الذي ينظر به المستمعون إلى هذه الرؤيا موجبا بدرجة (+168) ، أي أن الموقف كان ايجابيا من المعالجة ، وتوضح علاقة متغير السن بهذه القضية أن اغلبية الفئات العمرية تؤيد رؤية الاذاعة المحلية إلى المواضيع السابقة ، و أوضحت الدراسة بمعيار المستوى التعليمي ثلاثة وضعيات ، الأولى محايدة (بالنسبة لفئة دون المستوى و المستوى المتوسط) و الثانية عدم الموافقة (بالنسبة لفئة المستوى الابتدائي و المستوى الجامعي) و الثالثة موافقة (بالنسبة لفئة المستوى الثانوي بالنسبة لفئة "الدراسات العليا)

و فيما يخص كفاية برامج الإذاعة المحلية في تزويد المبحوثين بخصوص مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين"، تشير الشواهد الإحصائية إلى أن نسبة 62.08 % من إجمالي عينة البحث تؤكد على كفاية برامج الإذاعة المحلية في مجال المواضيع "السابقة.

و أوضحت الدراسة بأن موقف المستمعين اتجاه الإذاعة المحلية في مجال بث القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي كان مؤيدا بنسبة 66.25 % من مجموع أفراد عينة البحث كما أثبتت الدراسة أنه كان موجبا بدرجة عالية (+216) ، أما بمعيار المستوى التعليمي نتجت ثلاثة وضعيات منها المؤيدة (فئة مستوى الدراسات العليا و المستوى الثانوي و دون المستوى) و منها المحايدة (فئة المستوى المتوسط) و منها المعارضة (فئة المستوى الجامعي و المستوى الابتدائي) لكفاية برامج الإذاعة المحلية ، بينما تقر فئة (18–27) سنة و بنسبة 28.19 % بأن برامج الإذاعة المحلية كافية في مجال التزود بالمعلومات

الضرورية حول مواضيع "الوطن"، "الثقافة الوطنية"، "التاريخ الوطني"، "الهوية الوطنية"، "الدين" ، فيما نفت نسبة 34.43% في فئة (28-37) سنة ذلك، في حين ترددت فئة (38-47) سنة و (48-57) سنة و أكبر من (58) سنة حول كفاية البرامج.

و عن طبيعة القيم التي تهدف الإذاعة المحلية إلى نشرها فقد خلصت الدراسة إلى التاكيد على اربعة قيم هامة مرتبة كمايلي:

نسبة القيم الخاصة "بالتضامن" احتلت المركز الأول بنسبة 56.59 % من إجمالي الإجابات المحتملة ، و تجسدت هذه القيم في المساواة، المحبة، التضامن، التآزر، حب الآخر، التكافل الاجتماعي، إصلاح الذات ، احترام الآخر، ثم وردت نسبة القيم الخاصة " بالتكامل" في المرتبة الثانية بنسبة 24.44 % ، بعدها وردت نسبة القيم الخاصة بالتنافس في المركز الثالث بنسبة 14.15 % ، في حين حلت القيم الخاصة بالصراع في المرتبة الرابعة.

إن النتيجة المحتفظ بها في هذا المجال هو طريقة تصور عينة البحث لوظيفة الإذاعة المحلية و الذي يبدو أنه تصور محافظ بالدرجة الأولى.

أما عن دور الإذاعة المحلية في خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي فقد أكدت نسبة 78.75% من المستمعين بأن الإذاعة تلعب دورا فعالا في خلق بيئة للحوار و الاتصال الفعال و عارضت فئة(18-27) سنة هذه الفكرة، بينما ترددت حولها الفئات العمرية التالية(38-47) سنة و(48-57) سنة، في حين أيدت فئتي (28-37) سنة و أكبر من 58 سنة هذه الفكرة، و كانت نسبة الإناث هي الأكثر ثقة من الذكور في إمكانيات الإذاعة المحلية في مجال خلق ديناميكية تواصل داخل المحيط الاجتماعي(58.73% مقابل41.27%).

ومن بين الإفرازات الناجمة عن ذلك نجد في المرتبة الأولى ، "تضامن الجماعة" بنسبة 40.70 % ، أما ثاني الافرازات فقد تجلى في عملية التعاون بنسبة 34.50 % و ثالثها هو "تماسك الجماعة" بنسبة 23.64 % و يمكن اعتبار هذه الإفرازات عبارة عن أشكال للتفاعل الاجتماعي التي تساهم بكفاءة عالية في سيرورة الاندماج الاجتماعي داخل المجنمع المحلي خاصة.

وبالنسبة لمدى تماثل الإذاعة المحلية للواقع المجتمعي المحلي فقد أشارت الإحصائيات إلى أن نسبة 72.92 % من مجتمع البحث قد أكدوا بان الإذاعة المحلية تتماثل مع واقع المجتمع المحلي وكانت الاناث اكثر تأييدا(59.43 %) لهذا الطرح من الذكور(40.57 %) ، و عارضت فئة(28-37) سنة و (38-47)

سنة هذه الفكرة ، بينما ترددت حولها الفئات العمرية التالية (48–47) سنة و أكبر من 58 سنة ، في حين أيدت فئة (18–27) سنة هذه الفكرة .

أما بخصوص تأثير الإذاعة المحلية على استراتجيات البلاد فقد أقرت الدراسة بأن نسبة 42.08 % تؤكد بأن للإذاعة المحلية تأثير على استراتجيات البلاد. كما أجمع المبحوثون بنسبة 92.08 % على أنه كان من الضروري إعادة النظر في هيكلة الحقل الإعلامي في الجزائر و هذا نظرا لعدة أسباب منها أهمها:

–أن الإعلام الجواري فعال أكثر بنسبة 22.62 % .

–أنه يبرز التنوع الثقافي بنسبة 21.72 % .

– يمتن العلاقات الاجتماعية في المجتمع المحلي بنسبة 9.95 %.

– يجسد الممارسة الديمقراطية في البلاد بنسبة 8.60 % .

– يوفر بيئة اتصال داخل المجتمع بنسبة 6.79 %.

– ينمي القيم الاجتماعية داخل المجتمع المحلي بنسبة 5.88 %.

– الإعلام المركزي لا يلبي المتطلبات المحلية و قد عبرت نسبة 5.43 % عن ذلك.

– يساهم في تعزيز الإحساس بالانتماء المحلي و ذلك بنسبة 4.52 %.

– التواصل مع الثقافات الأخرى (4.07%) ، التكامل بين الإعلام المحلي و المركزي(4.07%)، مواكبة التطور التكنولوجي و الحضاري(3.62%) و فتح لصمامات الأمان في المجتمع(2.71%).

خلاصة

في هذا الفصل تمت معالجة و تحليل البيانات الميدانية حيث قمنا بعملية تحليل و تفسير البيانات كما و كيفا، لنجيب على تساؤلات الدراسة و فرضياتها وفقا لتسلسلها المنهجي في الإستبيان، حيث عالجنا بالتحليل المحور الأول المرتبط بالبيانات الخاصة و كشفنا عن الخصائص الديموغرافية و الاجتماعية للمبحوثين و كذا البيانات الخاصة بالإذاعة المحلية وذلك من خلال جداول بسيطة و أخرى متقاطعة تسمح لنا برؤية أدق و أشمل لمتغيرات البحث ، ثم حاولنا تقصي دور الإذاعة المحلية في معالجة المشكلات بمختلف أنواعها سواء الإقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية ، بعد ذلك تطرقنا إلى دور الإذاعة المحلية في تكريس التنوع الثقافي و ماهي ميكانزمات العمل في هذا المجال و في الأخير بينا أهم الآليات التي تعمل و فقها الإذاعة المحلية في مجال عملية الإندماج الاجتماعي .

كما حاولنا قدر الإمكان ربط الجانب الميداني بمضمون الجانب النظري ، ثم قمنا في آخر محطة بمناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات الموجهة للبحث.

خاتمة

خـــاتــمة

إن الدينامكية التي شهدتها الجزائر على غرار باقي دول المعمورة ماهي الا رد فغل طبيعي للتطورات المجتمعية الحاصلة ، و المتمثلة في تحديات العصرنة و اعادة الهيكلة الكلية لمؤسسات المجتمع و انتشار الديمقراطية و والتنامي المطرد للاحتياجات و الطموحات لمجتمع أغلبيته شباب. لقد جاءت هذه الدراسة و الموسومة بـــ " الاذاعة الجزائرية من الوطنية إلى المحلية و دورها في المجتمع " للكشف عن الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في المجتمع ، وكذلك رصد أهم أسباب الانتقال و ضرورته. إذ هناك من يرى بأن البث الإذاعي من خلال رقمنته التي انجرت عنها تغييرات كبيرة في التغطية و الإيداع و انخفاض التكاليف يبدو أنه المرتكز الأكثر استعدادا و نشر أولى عناصر الإصلاح في الجزائر.

إن السياق الذي تعمل فيه الاذاعة المحلية في الجزائر هو سياق خاص يتمثل أساسا في سد النقص في حقل الاتصال المؤسساتي الناتج عن ضغوطات المجتمع المضطردة النابعة من الحركية الايجابية التي يشهدها المجتمع الجزائري في جميع بنائه الهيكلي سواء على مستوى الإعلام،الأسرة،المدرسة...الخ.

و من خلال المعطيات التي قمنا بجمعها و نتائج البحث الميداني يمكن تصور الدور الذي قامت به و تقوم به الإذاعة المسموعة في الجزائر بصفة عامة و الإذاعة المحلية بصفة خاصة كمايلي:

- تعد الإذاعة المحلية كمؤسسة إعلامية لهـــا تنظيمات و قوانين و تعتبر هيئة معنوية تقوم على أسس و مبادئ تشرعن لها الخطاب المنتج و التي ترسله و توزعه في الفضاء العام.
- تقوم الإذاعة المحلية بوظائف أساسية منها المعلنة و الغير معلنة كمراقبة المحيط و ربط العلاقات بين مختلف أجزاء المجتمع من خلال تقديمها لأجوبة عن انشغالات الجمهور.
- تعد الإذاعة المحلية كمصدر لخفض التوتر الاتصالي من خلال تقديمها للخدمات بالنسبة للمجتمع المحلي في شتى المجالات.
- تعد برامج الإذاعة المحلية آلية لحفظ ذاكرة المجتمع المحلي ، وهي بذلك تنقل الإرث الاجتماعي و الثقافي من جيل إلى جيل ، وتنظم مخزون المعايير الثقافية الخاصة بالمجتمع المحلي.
- تعمل الإذاعة المحلية على تفعيل التلاحم بين الموروث المحلي و تمتين الروابط مع الموروث الوطني فالإذاعة المحلية تعمل على إحداث التفاعل بين المستوى المحلي و المستوى الوطني و تلاقح الثقافات.
- تعمل الإذاعة المحلية كصمام أمان داخل المجتمع و تضمن توازنات سياسية و ثقافية مهمة.

إن إعادة تنظيم الاتصال المؤسساتي عبر لامركزية نشاطات البث الإذاعي لا زال يشهد نقصا فادحا يجب تداركه و يتمثل في مطلب عاجل وضروري الا هو وضع قانون أساسي خاص بالإذاعات المحلية لتحديد طريقة العمل و السياسة الإنتاجية وكذا استقلاليتها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية:

I-الكتب:

1-السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدلي، الاتصال الاجتماعي و ممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،2003.

2-أبو القاسم سعد الله، التاريخ الثقافي للجزائر، دار المغرب الإسلامي، بيروت، 1998.

3-إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية و ميدانية، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.

4-إبراهيم الدقوقي، نظرة في إعلام العالم الثالث من خلال الأنظمة الإذاعية في الدول النامية، مطابع اليقظة، بغداد،1982.

5-إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، الكويت ، 1985.

6- إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي،المكتبة الأنجلو مصرية،الطبعة الرابعة،القاهرة،1972.

7-أولجا جوديس بيلي، بارت كاميرتس، نيوكو كاربنتيير، فهم الإعلام البديل، ترجمة علاء احمد إصلاح، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة،2009 .

8-أحمد حمدي، الثورة الجزائرية و الإعلام: دراسة في الإعلام الثوري، الطبعة الثانية ، منشورات، المتحف الوطني للمجاهد، الجزائر، 1995.

9-أحمد عادل راشد، الإعلام، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت،1981.

10- أحمد إسماعيل احمد، الإعلام التربوي و دوره في التربية و التعليم، دار كنوز للمعرفة العلمية، الطبعة الأولى، عمان، 2008.

11-أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981.

12-أحمد كمال أحمد،تنظيم المجتمع،دار وهدان للطباعة و النشر،الطبعة الثانية،الجزء الأول،مصر،1973.

13-إياد شاكر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق، الأردن،2003 .

14-أمين سعيد عبد العني، إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، ابتراك للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى ، القاهرة، 2006.

15-أميرة الحسيني، فن الاذاعة للكتابة و التلفزيون، الطبعة الأولى ،دار النهضة العربية،بيروت،2005.

16-أندرياس جرندوالد، ديفيد وورد، تجارب الإعلام المرئي و المسموع في أوربا، ترجمة حازم سالم، الطبعة الأولى ، سلسلة قضايا الإصلاح (14)، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة،2007.

17-إنشراح الشال،الاعلام الدولي عبر الاقمار الصناعية:دراسة لشبكات التلفزيون،دار الفكر العربي، الطبعة الثانية ،القاهرة،1993.

18-إنشراح الشال،المغترب و وسائل الاتصال، دار الفكر العربي،القاهرة،2007.

19-إسماعيل معراف قالية، الإعلام حقائق و أبعاد، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،1999.

20-أرماند ماتيلار و ميشليه ماتيلار، نظريات الاتصال، ترجمة أديب خضور، المكتبة الاعلامية،الطبعة الثانية،دمشق،2008.

21-بوجمعة رضوان، الصحفي و المراسل الصحفي في الجزائر: دراسة سوسيو-مهنية، الطبعة الأولى ، طكسيج.كوم،الجزائر،2008.

22-بيار ألبير، أندري جان تودسك، تاريخ الاذاعة و التلفزة ، ترجمة محمد قدوش، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.

23-بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام، عالم الكتب، الطبعة الأولى ، القاهرة، 2008.

24-بسيوني إبراهيم حمادة، دور وسائل الاتصال في صنع القرار، مركز دراسة الوحدة العربية (أطروحة دكتوراه)،بيروت، 1993.

25-بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية: أصول الاحتراف و مهارات التطبيق، الطبعة الأولى ، دار الكتاب الحديث، القاهرة،2000.

26-جان كلود برتراند، أدبيات الإعلام: ديونتولوجيا الإعلام ،ترجمة رباب عابد،المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع،الطبعة الأولى،بيروت،2008.

27-جون كلير، كيف نتعامل مع وسائل الإعلام ،ترجمة خالد العامري،دار الفاروق للنشر و التوزيع ،القاهرة،2000.

28-جلال الخوالدة، المذيع التلفزيوني: التدريب و التأهيل، الطبعة الأولى ، المعتز للنشر و التوزيع، الأردن، 2009.

29-جلال عبد الوهاب، العلاقات الإنسانية و الإعلام، منشورات ذات السلاسل، الكويت،1984.

30-جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام والاتصال :الوظائف،الهياكل،الأدوار،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2010.

31-جمال محمد أبو شنب، الاتصال و الاعلام و المجتمع: المفاهيم و القضايا النظرية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية،2005.

32-هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية و التطبيق، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2003.

33-وليام ريفرز، تيودور باترسون، جاي جينسون،الاتصال الجماهيري و المجتمع المعاصر، ترجمة

34-أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،2005.

35-زهير إحدادن ، الصحافة المكتوبة في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1991.

36- زهير إحدادن ، مدخل لعلوم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1993.

37-زهير إحدادن ، تاريخ الإذاعة و التلفزيون ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1989.

38-زيدان عبد الباقي، قواعد البحث الاجتماعي، الطبعة الثانية ، المكتبات الكبرى ، القاهرة ، 1980.

39-حارث عبود، الاتصال التربوي، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2009.

40-حميد جاعد محسن الدليمي، علم الاجتماع الإعلام: رؤية سوسيولوجية مستقبلية، دار الشروق، الطبعة الأولى ، عمان، 2006.
41-حسن حمدي الطويجي، وسائل الاتصال و التكنولوجيات في التعليم، دار القلم، الكويت، الطبعة الأولى ، 1986.
42-حسن عماد مكاوي ،الاعلام و معالجة الازمات ، الطبعة الأولى ، الدار المصرية اللبنانية،القاهرة ،2005.
43-حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 1983.
44-حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
45-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية ، القاهرة، 2001.
46-حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، الطبعة الخامسة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة،2000.
47-حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، القاهرة،2000.
48-حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار،الإذاعة في القرن الحادي و العشرين، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى ، القاهرة،2008.
49-حسني محمد نصر، مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل و الوسائل، الطبعة الثانية ،مكتبة الفلاح، الكويت،2008.
50-طارق سيد احمد، الإعلام المحلي و قضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2004.
51-طارق سيد احمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الأولى ، مصر،2005.
52-طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية،1992.
53-طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث: الموضوع و القضايا، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،2008.
54-يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية: دراسة حول القائم بالإخبار، دار المعرفة الجامعية، مصر،1986.
55-يوسف مرزوق، فن الكتابة للإذاعة و التلفزيون، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007.
56-كار هوسمان و آخرون، الإنتاج الإذاعي المعاصر: البرمجة و الأداء، ترجمة احمد نوري، دار الكتاب الجامعي، الطبعة الأولى ، الإمارات العربية المتحدة، 2005.
57-لوي تايبنج، كيفية إنشاء محطة إذاعة للبث المحلي، اليونسكو، الطبعة الأولى ، 2001.

58-ماجي الحلواني، مدخل إلى الإذاعات الموجهة، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى ، القاهرة،1982.

59-ماجي الحلواني، عاطف عدلي العبد، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، مصر، 1987.

60-مجد هاشم الهاشمي،الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة، الطبعة الأولى ، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2006.

61-مجد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري: مدخل إلى الاتصال و تقنياته الحديثة، دار أسامة، الطبعة الأولى، عمان، 2004.

62-محمد الجوهري و آخرون، علم الاجتماع الإعلامي، دار القاهرة للنشر، الطبعة الأولى ، مصر، 2001.

63-محمد جاعد الدليمي، التخطيط الإعلامي: المفاهيم و الإطار العام، دار الشروق، الطبعة الأولى، عمان، 1998

64-محمد جودت ناصر، الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة، دار مجدلاوي، الطبعة الأولى ، عمان 1998.

65-محمد محمد قاسم، المدخل إلى منهج البحث العلمي، دار المعرفة، مصر،2003.

66-محمد محفوظ ، تكنولوجيا الاتصال: دراسة في الأبعاد النظرية و العلمية لتكنولوجيا الاتصال، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،2005.

67-محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ النظرية والتطبيق،دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى ، القاهرة،2002.

68-محمد منير حجاب، الإعلام و التنمية الشاملة، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، القاهرة، 1998.

69-محمد منير حجاب، وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة،2008.

70-محمد معوض، الخبر في وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1994.

71-محمد معوض ابراهيم، محمد المنصف الشنوفي، عبد الباسط عبد الجليل محمد، هشام مصباح، دراسات اعلامية، الجزء الرابع، دار الكتاب الحديث، القاهرة،1995.

72-محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي و التلفزيوني، الطبعة الأولى ، دار الكتاب الحديث، القاهرة،1996.

73-محمد مصالحة، دراسات في الإعلام العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، السلسلة الإعلامية(63)بغداد، 1984.

74- محمد نادر عبد الحكيم السيد، لغة الخطاب الاعلامي في ضوء نظرية الاتصال: دراسة اسلوبية لغوية في نشرات الاخبار الاذاعية، الطبعة الأولى ،دار الفكر العربي،القاهرة،2004.

75-محمد نور الدين افاية، الحداثة و التواصل في الفلسفة النقدية المعاصر "نموذج هابرماس"، افريقيا الشرق، الطبعة الثانية، لبنان، 1998.

76-محمد نصر مهنا، في تنظير الاعلام: الفضائيات العربية، العولمة الاعلامية المعلوماتية، مؤسسة شباب الجماعة، الاسكندرية،2009.

77-محمد سيد محمد، وسائل الإعلام من المادي الى الانترنيت، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى ، 2009.

78-محمد سيد فهمي ، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، القاهرة ، 2006.

79-محمد سلامة، محمد غبار، السيد عبد الحميد عطية، الاتصال و وسائله بين النظرية و التطبيق، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة،1991.

80-محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004.

81-محمد عبد الحميد، الاتصال و الاعلام على شبكة الانترنيت، الطبعة الأولى ، عالم الكتب، القاهرة، 2007.

82-محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، القاهرة،1993.

83-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثانية ، القاهرة، 2004.

84-محمود عودة، اساليب الاتصال و التغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية، بيروت،.1988

85-محمد علي العويني، الراديو و التنمية السياسة، عالم الكتب، القاهرة،1981.

86-محمد علي القوزي، وسائل الاتصال و تطورها ، دار النهضة العربية، لبنان، 2007.

87-محسن علي عطيه، تكنولوجيا الاتصال في التعليم الفعال،الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2008.

88-مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة، دار النهضة العربية، بيروت، 2001.

89-مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى ، بيروت،2006.

90-منى سعيد الحديدي، سلوى إمام علي، الإعلام و المجتمع، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى،القاهرة 2006.

91-منى سعيد الحديدي،عاطف العبد،ايمن منصور ندا، استخدمات الشباب العربي للقنوات الفضائية و تأثيراتها فيهم: دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، القاهرة ، ماي 2006.

92- ميتشل ستيفنس،البث الإذاعي،ترجمةهشام عبد الله ، مراجعة وتدقيق ،محمود الزواوي،الأهلية للنشر و التوزيع،الطبعة الأولى،عمان،2008.

93-مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع، دار الوفاء، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007.

94-مصطفى حميد كاظم الطائي،التقنيات الإذاعية و التلفازية و أهميتها التطبيقية في التعليم و التعلم، دار الوفاء، الطبعة الأولى، الإسكندرية،2007.

95- مصطفى محمد عيسى فلاتة، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال و تعليم، مطابع جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية،1997.

96-نور الدين بليل ،الاعلام وقضايا الساعة:مقالات ودراسات،الطبعة الثانية ،دار البعث، قسنطينة،1984.

97-نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الطبعة الثانية، الجزائر ، 2009.

98-نبيل عارف الجردي: مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الإمارات، العين 1985.

99-نبيل راغب، العمل الصحفي: المقروء و المسموع و المرئي،الطبعة الاولى، مكتبة لبنان ناشرون، الشركة المصرية العامية للنشر لونجمان، مصر،1999.

100-نوال محمد عمر، الإذاعات الإقليمية: دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، دار الفكر العربي، القاهرة ،2004.

101-نصر الين لعياضي، وسائل الاتصال الجماهيري و المجتمع: أراء و رؤى (مجموعة دراسات مترجمة)، دار القصبة للنشر، الجزائر،1999.

102-سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث: النظرية و الثقافة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية،.1994

103-سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، جار للكتاب العالمي، عالم الكتب الحديث، الطبعة الأولى ، عمان،2008.

104-عاطف عدلي العبد، الدعاية: الاسس النظرية و النماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.

105-عاطف عدلي العبد، النظم الاذاعية(راديو و تلفزيون) في العالم، مطبوعة غير منشورة، القاهرة،2008.

106-عاطف عدلي العبد، الاتصال و الرأي العام: الأسس النظرية و الإسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة،1993.

107-عاطف عدلي العبد، الاذاعة و التلفزيون في مصر: الماضي و الحاضر و الأفاق المستقبلية، دار الفكر العربي، القاهرة،2008.

108-عاطف عدلي العبد، زكي احمد عزمي، الأسلوب الإحصائي و استخداماته في بحوث الرأي العام و الإعلام:الدراسات الميدانية-تحليل المحتوى-العينات، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.

109-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الاعلام التنموي و التغيير الاجتماعي: الاسس النظرية و النماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، الطبعة الخامسة، القاهرة،2007.

110-عبد الباسط عبد الجليل و آخرون، دراسات إعلامية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2003.

111-عبد الدائم عمر الحسن، الحوار الاذاعي: الاعداد و التقديم، الطبعة الأولى ،مكتبة مدبولي،القاهرة،2008.

112-عبد الله محمد عبد الرحمن،سوسيولوجيا الاتصال و الاعلام،النشاة التطورية الحديثة و الدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية،القاهرة،2004.

113-عبد المجيد شكري،الاعلام المحلي في ضوء متغيرات العصر:اسسه،نظرياته،وسائله،دوره في الدول النامية والمتقدمة،دار الفكر العربي،القاهرة،2007.

114-عبد المجيد شكري، الاذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم: نظرة مستقبلية للقرن الواحد و العشرين، دار الفكر العربي، القاهرة،2000.

115-عبد المجيد شكري، الاذاعة المحلية لغة العصر، الطبعة الأولى ، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.

116-عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال الجديدة في انتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى ،القاهرة،1996.

117-عبد الناصف يوسف شومان، ماهر عبد الوهاب الملاح،محمد مجد جاب الله عمارة،احمد محمد عليق، وسائل الاتصال و الخدمة الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية،2003.

118-عبد الناصر جابي، الانتخابات الدولة والمجتمع، دار القصبة للنشر،1998.

119-عبد النبي خزعل، فن تحرير الاخبار في الاذاعات الدولية بين التوظيف و الموضوعية، الطبعة الأولى ، الدار العلمية الدولية للنشر و الوزيع و دار الثقافة للنشر،عمان،2003.

120-عبد العالي رزاقي، الخبر في الصحافة، الاذاعة، التلفزيون، الانترنيت، سلسلة الاعلامي المحترف، الجزائر،2004.

121-عبد العزيز شرف، وسائل الإعلام لغة الحضارة، مؤسسة مختار، القاهرة، الطبعة الثانية، 1979.

122-عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الاعلام،الطبعة الثانية، دار الكتاب المصري،دار الكتاب البناني،القاهرة-بيروت،1989.

123-عبد الغني عماد، منهجية البحث في علم الاجتماع: الإشكاليات، التقنيات، المقاربات، دار الطليعة، الطبعة الأولى ، بيروت، 2007.

124-عبد الرحيم درويش، دراسات في الاتصال، دارالمعرفة الجامعية، مصر، 2006.

125-عبد الرحمن عزي و آخرون،عالم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1992.

126-عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الاذاعة و التلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة،1987.

127-عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، التخطيط الإعلامي، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2001.

128-عدلي علي أبو طاحون، مناهج و إجراءات البحث الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،1998.
129-عدلي رضا، عاطف عدلي العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
130-عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى، 2002.
131-عواطف عبد الرحمن، الصحافة العربية في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
132-عواشة محمد حقيق، الرأي العام بين الدعاية و الإعلام، منشورات الجامعة المفتوحة، ليبيا،1993.
133-عيسى محمد الحسن،العمل الإذاعي:مفاهيمه،طبيعته،مبادئه،دار زهران للنشر و التوزيع،عمان،2008.
134-علي عجوة،الاعلام و قضايا التنمية،الطبعة الرابعة،عالم الكتبنالقاهرة،2004.
135-عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الجامعة، اثراء للنشر و التوزيع، الشارقة، الاردن،الطبعة السادسة (مزيدة و منقحة)،2009.
136-عصام أنيس عبد الحميد زكي، الوسائل المسموعة و المرئية: النشأة و التطور "تجربة الإعلام المصري"، الطبعة الأولى ، القاهرة، 2004.
137- فلاح كاضم المحنة، علم الاتصال بالجماهير: الافكار، النظريات، الانماط، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، الاردن،2001.
138-فرانز فانون، سوسيولوجيا الثورة، ترجمة دوقان قرقوط،الطبعة الاولى، دار الطليعة، بيروت، 1980.
139- فضيل دليو ، الاتصال ، مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله، دار الفجر للنشر و التوزيع،الطبعة الأولى ، 2003.
140-فضيل دليو، وسائل الاتصال و تكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 2002.
141-فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
142 -صالح خليل أبو إصبع، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة ، دار مجدلاوي، الطبعة الخامسة، عمان، 2004.
143-راسم محمد جمال، الاتصال و الإعلام في الوطن العربي، الطبعة الأولى ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1991.
144-ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الدبس، وسائل الاتصال و تكنولوجيا التعليم، الطبعة الثانية، دار الصفاء للنشر و التوزيع،عمان، 2003.
145-رفعت عارف الضبع، الإعلام التربوي، الطبعة الأولى، عمان،2009.
146-شون ماكبرايد، أصوات متعددة و عالم واحد: الاتصال و المجتمع اليوم و غدا، اليونسكو، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، الجزائر،1981.

147-خليل صابات،وسائل الاتصال: نشأتها و تطورها، الطبعة الأولى ، مصر، 1990.
148-غريب سيد أحمد، سامية محمد جابر، اسماعيل علي سعد، نعمات احمد عثمان، علم اجتماع الاتصال و الاعلام، دار المعرفة الجامعية، القاهرة،2004.

II-الدراسات و الرسائل الجامعية:

1-بومنجل فوزي، الاعلان في الجزائر بين القانون و الممارسة، رسالة دكتوراه علوم، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة قسنطينة،2011/2010.
2-بوذراع ياسين،دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين،مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة قسنطينة ،2010/2009.
3-فريال عباس، مراسيم الزواج في مدينة قسنطينة،مقاربة انثروبولوجية،مذكرة ماجستير قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة قسنطينة ،2005/2004.
4-راضية قراد،اللغة الاعلامية في التلفزيون الجزائري ، مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا، جامعة قسنطينة.2008.
5-نصير بوعلي ، البارابول و الجمهور في الجزائر ، رسالة ماجستير ،معهد الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر. 1993.

III-المعاجم والموسوعات:

1-الموسوعة العربية، مؤسسة اعمال الموسوعة للنشر و التوزيع،الطبعة الثانية،الرياض،1999.
2-القاموس المجاني للطلاب، "عربي، عربي"، دار المجاني للنشر، الطبعة الأولى، بيروت،1995.
3-إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975.
4-احسان محمد حسن،موسوعة علم الاجتماع،الدار العربية للموسوعات،الطبعة الاولى،بيروت،1995.
5-محمد منير حجاب ،المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر و التوزيع،القاهرة،2004.
6-نصار رمضان عمر، موسوعة الاذاعة المدرسية،الطبعة الاولى، مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع، الاسكندرية،2009.

IV-المقالات:

1-المنصف وناس، التلفزة و الثقافة و الهوية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (1)، تونس، 2009.

2-السعيد بومعيزة، الاذاعات المحلية من المعارضة الى المشاركة الديمقراطية، مجلة الاذاعات العربية، عدد (1)، تونس، 2009.

3-السعيد بومعيزة، بعض التطورات الدالة في تاريخ الإذاعة: من صندوق موسيقي إلى ما يشبه الإذاعة، مجلة الإذاعات العربية، عدد(1)، تونس،2011.

4-المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة أول نوفمبر 1954 و الإعلام و مهامه أثناء الثورة، ملف خاص، : دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة، (وزارة المجاهدين) ، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر،2005.

5-إبراهيم بن مراد، النتاج الاعلامي العربي بين اللهجة العامية و اللغة العربية الفصحى،مجلة الاذاعات العربية،عدد(03)، تونس،2008

6-أحمد بن جابو، الدعاية الجزائرية منعطف حاسم في الثورة الجزائرية (1954-1962)، الإعلام و مهامه أثناء الثورة: دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة،(وزارة المجاهدين)، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر،2005.

7-أحمد حمدي، مؤتمر الصومام و مهام الإعلام الثوري، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، : دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة،(وزارة المجاهدين)، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر،2005.

8-أمينة صبري، خالد جمال عبدو:مكانة الاذاعات الحكومية و دورها في ظل منافسة الاذاعات الخاصة، سلسلة بحوث و دراسات اذاعية،عدد(62)، اتحاد اذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية،تونس،2008.

9-أنس الوجود رمضان، سهير المهتدي، اذاعات الانترنيت تؤسس لعلاقات اجتماعية رقمية بديلة عن التواصل الانساني ، مجلة اذاعة و تلفزيون الخليج، السنة (25)، العدد (78)، الكويت، جويلية 2009.

10-دبوب محمد، صحيفة المجاهد و دورها في الإعلام الثوري، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، : دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة،(وزارة المجاهدين)، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر،2005.

11-زهير عبد اللطيف، قصة 21 شارع الشهداء، مجلة أمواج، العدد الأول، الجزائر، 2006.

12-حسين العيادي، نشأة الإذاعة السرية، مجلة أمواج،العدد الأول، الجزائر، 2006.

13-حسن بومالي، إستراتجية الثورة الجزائرية في التجنيد و التعبئة الجماهيرية منذ اندلاع الثورة الى غاية مؤتمر الصومام، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة،(وزارة المجاهدين)، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر،2005.

14-ياس خضير البياتي، دور الاذاعة في الحروب: احتلال العراق نموذجا، مجلة الاذاعات العربية، عدد(4)، تونس،2006.

15-محمد عبد الكافي، واقع تناول قضايا البيئة و التنمية المستدامة في الإعلام المرئي المسموع في المنطقة العربية، تفعيل هذا الدور و تعزيزه، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية (جامعة الدول العربية) عدد(68)، تونس، 2011.

16-مصطفى عصماني، إعلام الثورة، مجلة الشاشة الصغيرة، عدد(153)، الجزائر، 2002.

17- مجلة الجيش، إذاعة صوت الجزائر في الثورة عبر الأمواج، عدد(322)، الجزائر، 2006.

18-مولدي بشير، الإذاعة و مقومات الثبات، مجلة الإذاعات العربية،عدد(02)، تونس،2009.

19-منى الحديد ، الخبر، مجلة الاذاعات العربية (موسوعة الاذاعة و التلفزيون) عدد(11)، تونس، 2001.

20-نادية باديسي ، الحرب كانت إعلامية أيضا،مجلة الشاشة الصغيرة العدد (34) ، الجزائر، 1997.

21-نور الدين بليل، ترقية الغة العربية من خلال الاذاعة و التلفزيون، مجلة الاذاعات العربية،عدد (03)،تونس،2004.

22-عباس مصطفى صادق،" راديو الانترنيت:افاق واسعة بلا حدود: التطبيقات الصوتية و الاذاعية الجديدة طبق واسع من المستحدثات، مجلة اذاعة و تلفزيون الخليج، السنة(26)، العدد (83)، الكويت، نوفمبر 2010.

23-عبد الوهاب بوخنوفة، اذاعات الانترنيت تنافس الفضائيات على الفوز بأذن المستمع، مجلة اذاعة و تلفزيون الخليج، السنة(25)، العدد(78)، الكويت،2009.

24-عبد الوهاب بوخنوفة، مستقبل التلفزيون العمومي، مجلة الإذاعة العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد (1) ، تونس، 2011.

25-عبد الفتاح كوحيل، مرور 50 عاما على إنشاء و هيمنة الإذاعة الجزائرية و جريدة المجاهد،عدد(522)، مؤسسة المنشورات العسكرية، الجزائر، 2007.

26-عبد القادر نور، الإعلام عبر الوسائل السمعية للثورة الجزائرية، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة،

(وزارة المجاهدين)، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر، 2005.

27-عبد القادر بن الشيخ ،الثقافة التلفزيونية بين إثبات الذات و التفتح الحذر، مجلة الإذاعة العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد (1) ، تونس،2011.

28-عبد القادر بن الشيخ، في مفهوم المحلي، مجلة الاذاعات العربية، عدد(02)، تونس، 1998.

29-عبد القادر رقيق، الإذاعة الوطنية، مجلة الشاشة الصغيرة، العدد(34)، الجزائر ،1997.

30-عبد الرزاق حمامي، اذاعة القرب: ممارسات مهنية، مجلة الاذاعات العربية، عدد(1)، تونس، 2005.

31-عز الدين ميهوبي، الصحافة الجزائرية..هل تقدم خدمة عمومية..أم خدمات عامة؟ مداخلة في الملتقى الدولي حول الخدمة العمومية و البث الإذاعي، الجزائر، من 12 إلى 14 ديسمبر 2002.

32-فضيل دليو، الصحافة الجوارية: من جغرافيا المسافات الى جغرافيا العلاقات، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة قسنطينة، عدد(10)، سبتمبر 2010.

33-فريال المهنا، لغة الاعلام العربي بين الفصحى و العاميات، مجلة الاذاعات العربية،عدد(02)، تونس،2000.

35-فضيلة دال، الرجل الذي انزل العلم الفرنسي من على مبنى الإذاعة و التلفزيون، مجلة الشاشة الصغيرة،العدد(153)، الجزائر 2002.

36-صالح بن بوزة، الإعلام الجزائري خلال 1978-1992، مجلة الثقافة، عدد115، 1997

37-صادق دهاش، مقتطفات من الإعلام في الثورة الكبرى، الإعلام و مهامه أثناء الثورة، دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة،(وزارة المجاهدين)، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر،2005.

38-خالد زعموم، الإذاعة في عصر الوسائط المتعددة من التخصص إلى القرب، مجلة الإذاعات العربية، عدد(02)، تونس، 2009.

39-خالد زعوم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الاذاعة: أشكالها و وسائلها، بحوث و دراسات اذاعية، عدد(61)،تونس،.2007

40-تركي رابح عمامرة، صوت الجزائر من صوت العرب في القاهرة من عام 1956 الى 1962،الإعلام و مهامه أثناء الثورة، دراسات و بحوث الملتقى الوطني الأول حول الإعلام و الإعلام المضاد، سلسلة الملتقيات، طبعة خاصة،(وزارة المجاهدين)، منشورات المركز الوطني للدراسات و البحث في الحركة الوطنية و ثورة نوفمبر 1954، الجزائر،2005.

41-غنية صديق،28 أكتوبر يوم لا يشبه الأيام، مجلة الأمواج، العدد الأول، الجزائر، 2006.

V-الوثائق و الجرائد:

1-وثيقة مبادئ تنظيم البث الفضائي الاذاعي و التلفزيوني في المنطقة العربية ، مجلة الاذاعات العربية، عدد (1)،تونس،2008.

2-المجاهد الأسبوعية، العدد 1491.

3-المجاهد الأسبوعية، العدد 1550.

VI-المواثيق و الدساتير و القوانين:

1-الميثاق الوطني 1976.

2-قانون الإعلام .1982.

3-قانون الإعلام 1990 .

4-الجريدة الرسمية الصادرة في 8 جانفي 1987، عدد (15)، السنة الرابعة وعشرون.

5-الجريدة الرسمية الصادرة في 2 جويلية 1986، عدد (27)، السنة الثالثة و العشرون.

6-الجريدة الرسمية الصادرة في 17 نوفمبر 1967، عدد (94)، السنة الرابعة.

7-الجريدة الرسمية الصادرة في 24 أفريل 1991، عدد (19)، السنة الثامنة و العشرون.

VII-المواقع الالكترونية:

-http// uqu.edu.sa/page/ar/180863.
-http://www.maxformus.net/showthread.
-http://w.w.w.shabab 100 100. com/shabab/foromdisplay.php؟f =28.
-http://mediacom jeeran.com/archive/2009/9/947542.html.
.- http://ainnews.net/102907.htm.
-en.wikipedia.org.
-india.gov.in.
-saoura. Radiobechar.com.
-Tadreeb.twofout 54.com.
-www.radioalgeri.dz.
-w.w.w.9alam.com/forums/shoothread.php/23828.
-www.radionaamafm.com,
-www.ministerecommunication.gov.dz.
-w.w.w.radioalgerie.dz/DCRR/presentation.htm.
-www.wikipedia.org.
-www.radio-adrar.dz.
-www.wilayadeconstantine.org.
-www.archive.wikiwix.com.
-www.ar.wikipedia.org.

قائمة المراجع باللغة الفرنسية:

I-LIVRES :

1-Abdelghani Megherbi, La culture et la personnalité dans la société Algérienne de Massinissa à nos jours, Alger, ENAL-OPU, 1986.
2-Abdelghani Megherbi, le Miroir apprivoisé, ENAL-OPU, GAM, Alger, Bruxelles, 1985.
3-Abdelghani Megherbi, Les Algériens au miroir du cinéma colonial (contribution a une sociologie de la de colonisation), éd. S. N. E. D .Alger, 1982.
4-Brahimi Brahim, Le pouvoir, la presse et les droits de l'homme en Algerie,ed. Marinore, 1996.
5-Francis Balle, Jean G. Padioleau, Sociologie de l'information : textes fondamandeaux, librairie larousse, Canada, 1973.
6-Frédéric Vasseur, Les Medias du Future, coll. Que sais-je, 2eme éd., France
7-Mancer Mohaned Amokrane, quelques réflexions a propos de la thèse d'état de Ali el kenz , U.R.S.C , Oran,1992.
8-Mostfaoui Belkacem, L'usage des medias en question : la presse Algerienne face au debat de mai 1976 sur l'avant projet de la charte nationale, OPU, 1982
9-Mustapha Khelifi, Algerie reconstruire le service public de la television, images éd., Alger, 2005.
10-Rachid Naili, Le 4eme pouvoir ? , éd. L'alla sakina, Alger, 1998.
11-Stephane Beaud, Florence Weber, Guide de l'enquete de terrain, éd. La decouverte, France, 1998.
12-Reine Charles, Christian William, La communication orale, éd. Nathan, Paris, 1997.

II-ARTICLES :

1-Abdelhak Lamiri, Management de servhce public audiovisuel, seminaire international sur le service public et radiodiffuseurs, Alger ,2002.
2-Addi Lhouari, " LA notion d'autorite politique et l'ideologie etatique, cahiers internationaux de sociologie, Paris, 1993.
3-arum kapil, " l'evolution du regime autoritaire en algerie : le 05 octobre et les formes politiques de 1988 – 1989." Annuaire de l'Afrique du nord, PARIS, 1990.
4-Belkacem Ahcene – Djabalah, Radiodiffusion : secteur public –service public : problemes et problematique, seminaire international sur le service public et les radiodiffuseurs, Alger ,2002 .
5- Mohamed Harbi, " Sur les processus de reglementation du pouvoir en algerie ", annuaire de l'Afrique du nord, Paris, 1989.
6-Pierre Bourdieu, " Esprit d' etat " , actes de recherche en sciences sociales , Paris , N° 96/97 , 1993.
7-Rachid Belil, " La domestication du savoir sur la societe :" remarque sur la sociologie en algerie" ,annuaire de l' Afrique du nord, Paris, 1985.

III-THESES :

1-Brahimi Brahim, Le pouvoir et la presse en Algerie : doctrine de l'information et ideologie politique, these de doctorat en sc. de l'information, Paris II, 1987.

2-Salima Ferrag, Monographie de presse : l'hebdomadaire Algerie Actualite (1965 – 1982) memoire de DEA, 1983.

3-youcef aggoune, El Moudjahid (1965–1983) memoire de DEA, en sc. de l'information, Paris II, 1983.

IV-JOURNEAUX ET DOCUMENTS :

1-El Watan,N°2795 Du 19/20 Fevrier 2000.

2-Etablissement Public De Radiodiffusion Sonore, Convention Collective, Document Non Publie, Alger, 2005.

قائمة الجداول

و الأشكال

فهـــرس الجــــــــداول

فهـــرس الأشكـــال

الملاحــق

-**الملحق رقم (01):** استمارة البحث.

-**الملحق رقم (02):** يتضمن أمر رقم 67- 234 الخاص بتنظيم الإذاعة و التلفزيون الجزائري.

-**الملحق رقم (03) :** المرسوم رقم 86-146 الذي تم بموجبه انشاء المؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية .

-**الملحق رقم (04):** المرسوم رقم 86-150 تحويل الهياكل، و الوسائل و الأملاك و الأعمال و المستخدمين إلى الإذاعة الوطنية.

-**الملحق رقم (05):** القرار الذي يتضمن التنظيم الداخلي في مؤسسة الإذاعة الوطنية.

-**الملحق رقم (06):** القرار الذي يتضمن إعادة التنظيم الداخلي في مؤسسة الإذاعة الوطنية.

-**الملحق رقم (07):** مرسوم تنفيذي رقم 91-102 يتضمن تحويل المؤسسة الوطنية الإذاعية المسموعة إلى مؤسسة عمومية للإذاعة المسموعة.

-**الملحق رقم (08):** المرسوم التنفيذي رقم 91-103 و الذي تضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية و المنقولة و الصلاحيات و الأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة و دفتر الأعباء.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
جامعة منتوري – قسنطينة-
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية.
قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا.

استمارة بحث

الإذاعة الجزائرية من الوطنية إلى المحلية ودورها في المجتمع.
الدراسة الميدانية بولاية قسنطينة.

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص علم اجتماع التنمية.

إعداد الطالب:
كنزاي محمد فوزي.

إشراف:
أ.د علي بوعناقة.

ملاحظة:

- يسعدني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تم تصميمها لأغراض علمية بحتة، لأجل جمع المعلومات اللازمة نرجو منكم ما يلي:

1- **قراءة** كل الأسئلة والعبارات بكل عناية وروية ثم **الإجابة على كل الأسئلة** الواردة في هذه الاستمارة بكل دقة وموضوعية، وذلك بوضع علامة **(x)** أمام العبارة المناسبة.

2-إن الإجابات الواردة ستكون سرية ، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

3- نشكر لكم مساعدتكم مسبقا.

السنة الجامعية 2010/2009

I- بيانات شخصية:

1- **الجنس:** ذكر( ) أنثى( )

2- **مكان السكن** (البلدية): ....

3- **العمر:** من18 إلى 27 ( ) من28 إلى37 ( ) من 38 إلى 47 ( ) من 48 إلى 57 ( ) 58 سنة فأكثر( )

4- **الحالة المدنيـــــــة:** أعزب ( ) متزوج ( ) مطلق ( ) أرمل( )

5- **المستوى التعليمي:** دون مستوى ( ) ابتدائي ( ) متوسط ( ) ثانوي ( )

جامعي ( ) دراسات عليا ( )

6- **المهنة:** ....

II- بيانات عن الإذاعة المحلية:

7-هل يصلك بث الإذاعة المحلية إلى مكان إقامتك؟

نعم ( ) لا ( )

8- هل أنت من مستمعي الإذاعة المحلية ؟

بانتظام ( ) بشكل غير منتظم ( )

9- في المتوسط ، كم ساعة تقضيها في الاستماع إلى هذه الإذاعة؟

اقل من ساعة ( ) من ساعة إلى ساعتين ( ) من 3 إلى 4 ساعات ( )

أكثر من ذلك ( )

10- ما هي على وجه التقريب الأوقات التي تستمع خلالها للإذاعة المحلية ؟

صباحا ( ) ظهرا ( ) مساءا ( ) بدون وقت محدد ( )

11- في اعتقادك ، هل المذيعين العاملين في الإذاعة المحلية ؟

في المستوى ( ) مقبلون ( ) دون المستوى ( ) لا رأي لي ( )

12- كيف تقيم مستوى المذيعين العاملين في الإذاعة المحلية من ناحية اللغة :

جيد ( ) متوسط ( ) ضعيف( )

13- كيف تقيم مستوى المذيعين العاملين في الإذاعة المحلية في عرض القضايا المحلية:

جيد ( ) متوسط ( ) ضعيف( )

14- كيف تقيم مستوى المذيعين العاملين في الإذاعة المحلية في توجيه المواطنين:

جيد ( ) متوسط ( ) ضعيف( )

15- كيف تقيم مستوى المذيعين العاملين في الإذاعة المحلية في مجال الثقافة العامة:

جيد ( ) متوسط ( ) ضعيف( )

أولا-الإذاعة المحلية ودورها في معالجة المشكلات(الاجتماعية، السياسية أو الاقتصادية)

16- هل ترى أنه من الضروري وجود إذاعة محلية ؟

نعم( ) لا( )

17- هل الإذاعة المحلية تهتم بما هو وطني بشكل :

دائم( ) حسب الحدث( )

أخرى(تذكر)..

18- هل الإذاعة المحلية تهتم بما هو محلي بشكل :

دائم( ) حسب الحدث ( )

أخرى(تذكر)..

19- إلى أي من الإذاعات تتجه عند وقوع حدث هام؟ إلى :

الوطنية( ) المحلية( ) معا( )

20- هل حصل و أن تتبعت مشكلا (اجتماعيا، سياسيا أو اقتصاديا) من خلال الإذاعة المحلية ؟

نعم( ) لا( )

- إذا كان (نعم) ، هل وفقت الإذاعة المحلية في المعالجة؟

دائما( ) غالبا( ) أحيانا( ) إطلاقا( )

21- هل ترى بأن معالجة المشكلات من صلاحيات ؟

الإذاعة المحلية( ) الإذاعة المركزية( ) معا( )

22- هل اللجوء إلى الإذاعة المحلية لحل المشكلات يسمح بالتحكم فيها؟

نعم( ) لا( ) لا ادري( )

- إذا كانت الإجابة (نعم) ، لماذا؟ ....

23- برأيك ، الإذاعة المحلية هي دليل على:

التعددية ديمقراطية( ) فهم المجتمع فهما صحيحا( ) وجود قنوات اتصال فعالة( )

وجود أزمات( ) وجود تنوع ثقافي في المجتمع( )

أخرى(تذكر)...

24- برأيك، غياب الإذاعة المحلية من قبل يرجع إلى:

الاحتكار الإعلامي( ) تهميش الثقافة المحلية( ) الإعلام المحلي غير فعال( )

اللامبالاة بانشغالات المواطنين ( ) الإعلام المركزي فعال أكثر( )

أخرى(تذكر)...

25- إمكانية نمو المجتمع تبدو لك مرتبطة بـــ :

المؤسسات الاقتصادية( ) مؤسسات الإعلام المحلي( ) المؤسسات الثقافية( )

المؤسسات الدينية( )

أخرى(تذكر)...

26- هل الوظيفة الإعلامية التي تؤديها الإذاعة المحلية تتميز ؟

بتقديم إعلام جواري( ) بتحقيق التنمية( ) بتعزيز القيم والروابط

الاجتماعية( ) بالتحكم في الأوضاع المحلية( ) بالتجانس الثقافي( )

بالتنوع الثقافي( )

27-هل يمكن أن تتصور المجال الإعلامي في الجزائر بدون إذاعات محلية؟

نعم( ) لا ( ) لا ادري( )

- إذا كانت الإجابة (نعم) ، لماذا؟

....

28- برأيك ، لماذا تم تحرير الحقل الإعلامي في مجال الإذاعات المحلية؟ لأنه:

ضروري بالنسبة للمجتمع ( ) يساهم في تشخيص المشكلات ( )

يساهم في بناء العلاقات الاجتماعية ( ).

أخرى(تذكر)...

ثانيا-الإذاعات المحلية ودورها في تكريس التنوع الثقافي

29- ما السبب الرئيسي الذي يدفعك للاستماع للإذاعة المحلية؟

مصداقيتها ( ) السرعة في نقل الأخبار( ) الجرأة في طرح القضايا التي تهمك( )

لأنها سهلة ( ) التسلية والترفيه ( ) خصوصيتها المحلية( )

أخرى(تذكر)...

30- هل تعتمد على الإذاعة المحلية كمصدر للأخبار الوطنية؟

نعم ( ) لا( )

31- هل تلاحظ وجود تضارب في نقل الخبر بين الإذاعة المحلية و الإذاعة المركزية (الوطنية) ؟

نعم ( ) لا( )

32-هل برامج الإذاعة المركزية (الوطنية) تعكس كل الأبعاد الثقافية في الجزائر؟

نعم( ) لا ( ) لا ادري( )

33-اختر رقما من 1 إلى 7 لتحديد البرامج التي تحرص على متابعتها في الإذاعة المحلية؟ (مع العلم أن 1 هو الشدة الأقوى)

البرامج السياسية( ) البرامج الثقافية( ) البرامج الترفيهية( ) البرامج الرياضية( )

البرامج العلمية( ) البرامج الاقتصادية( ) البرامج الاجتماعية( )

34- اختر رقما من 1 إلى 5 ترتب فيه أنواع البرامج الثقافية حسب أفضليتها لديك؟ (مع العلم أن 1 هو الشدة الأقوى)

ثقافة أدبية( ) ثقافة دينية( ) ثقافة سياسية( ) ثقافة تاريخية( ) ثقافة اجتماعية( )

35- في نظرك ، هل الاستماع إلى برامج الإذاعة المحلية يساعد على:

توعية المجتمع ( ) تغيير سلوك الأفراد( ) اكتساب قيم جديدة( )

نقل التراث بين الأجيال( ) مراقبة المحيط( ) التسلية والترفيه( )

أخرى(تذكر)..

36-هل ترى بأن الإذاعة المحلية تساهم في نشر اللهجات المحلية؟

نعم( ) لا( ) لا ادري( )

37- هل أن برامج الإذاعة المحلية تعكس الأبعاد الثقافية المحلية في المنطقة التي تبث فيها؟

نعم( ) لا( ) لا ادري( )

38- في رأيك ، إشراك الجمهور في الإعلام المحلي يساهم في خلق إحساس بالانتماء للوطن.

مؤيد بشد مؤيد( ) محايد( ) معارض( ) معارض بشدة( )

39- تساهم الإذاعة المحلية في إبراز الجوانب الثقافية المحلية الخاصة بمنطقتك:

مؤيد بشدة( ) مؤيد( ) محايد( ) معارض( ) معارض بشدة( )

40- هل ترى بأن البرمجة الإعلامية المقدمة كافية لإبراز هذه الجوانب الثقافية؟

نعم( ) لا( ) لا ادري( )

41- من وجهة نظركم، ما هي الأبعاد الثقافية الواجب التركيز عليها من طرف الإذاعة المحلية؟

البعد الثقافي الوطني( ) البعد الثقافي المحلي( ) معا( )

ثالثا- تزيد الإذاعات المحلية في عملية الاندماج الاجتماعي

42- اختر رقما من1 الى5 لترتيب الوسائل الإعلامية أدناه بناء على قوة إخباريتها: (مع العلم أن 1 هو الشدة الأقوى)

التلفزيون( ) الإذاعة( ) الصحافة المكتوبة( ) الانترنيت( ) السينما( )

43- هل تعتقد بأن الإذاعة المحلية تعمل في تكامل مع هذه الوسائل؟

نعم( ) لا( ) لا أدري( )

-إذا كان (لا) ، لماذا:..

44- هل تعتقد بأن الإذاعة المحلية تمنح لك فرصة المشاركة في الحياة المحلية؟

نعم ( ) لا ( ) لا ادري( )

45- ما موقفك من أداء الإذاعة المحلية؟

الرضا( ) عدم الرضا( ) عدم الرضا التام( ) لا أبالي( )

46- إذا كنت (غير راض)، هل يعود هذا إلى أنها:

لا تنقل الخبر بصدق( ) مخططها الإعلامي مقيد( ) الإطار البشري غير مؤهل( )

اللغة المستعملة غير مناسبة( ) تعمل على تضخيم الحدث المحلي( )

لا تعكس قيم مجتمعك( )

أخرى(تذكر)..

47- هل تساهم الإذاعة المحلية في بناء العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع؟

نعم ( ) لا ( ) لا ادري( )

-إذا كانت الإجابة (نعم) ، هل يكون ذلك عن طريق:

تعزيز الروابط الاجتماعية( ) تدعيم الولاء للجماعة( ) منح الأمن والحماية( )

توفير المعلومات ( ) إشباع الحاجات الاجتماعية و النفسية( ) التوحد مع قيم الغير( )

48-انطلاقا من برامج الإذاعة المحلية، هل تؤهلكم لاكتساب قيم معينة؟

نعم ( ) لا( ) أحيانا( )

-إذا كانت الإجابة (نعم) ، فيما تتمثل هذه القيم ؟

....

49- وجود الإذاعة المحلية هو دلالة على أن الدولة تهتم بالثقافة المحلية؟

موافق جدا( ) موافق( ) محايد( ) لا أوافق( ) لا أوافق مطلقا( )

50- كيف ترى دور الإذاعة المحلية في تعزيز قيم التعاون و التضامن داخل المجتمع المحلي؟

غائب تماما( ) غائب ( ) لا اعلم( ) موجود( )

موجود بقوة( )

51-قبل إنشاء الإذاعة المحلية من أين كنت تستمد تصورانك عن المجال الثقافي والسياسي للبلاد؟

الصحافة المكتوبة( ) التلفزيون ( ) الكتب( ) الإذاعة الوطنية( )

القنوات الأجنبية( )

أخرى(تذكر)..

52- اختر رقما من1 الى5 لترتيب المواضيع الآتية بناء على درجة بروزها في الإذاعة المحلية(مع العلم أن 1 هو الشدة الأقوى)

- التاريخ الوطني( )
- الثقافة الوطنية( )
- الهوية الوطنية( )
- الدين( )
- الوطن( )

53- للإذاعة المحلية رؤية واضحة بخصوص، التاريخ الوطني، الثقافة الوطنية، الهوية الوطنية ، الدين و الوطن ؟

موافق جدا( ) موافق( ) محايد( ) لا أوافق( ) لا أوافق مطلقا( )

54- هل تزودك الإذاعة بالمعلومات اللازمة لمثل هذه المواضيع؟

نعم( ) لا( ) لا أدري( )

55- تعمل الإذاعة المحلية على بث القيم الاجتماعية للمجتمع الذي تنتمي إليه.

مؤيد بشدة( ) مؤيد( ) محايد( ) معارض( ) معارض بشدة( )

56- ما هي القيم التي تهدف الإذاعة المحلية إلى نشرها ؟

الصراع( ) التضامن( ) التنافس( ) التكامل( )

أخرى (تذكر)...

57-هل تزودك الإذاعة المحلية بإحساس التواصل داخل محيطك الاجتماعي؟

نعم( ) لا( ) لا أدري( )

-إذا كان (نعم) ، هل يؤدي هذا إلى:

تعاون الجماعة( ) تضامن الجماعة( ) تماسك الجماعة( )

-أخرى (تذكر)...

58-هل تعبر برامج الإذاعة المحلية عن واقع مجتمعك؟

نعم( ) لا( ) لا أدري( )

59-هل ترى أن الإذاعة المحلية تساهم في رسم الاستراتيجيات الكبرى للبلاد؟

نعم ( ) لا أدري( )

60- من وجهة نظركم، هل كان ضروري الانتقال من الإذاعة الوطنية إلى الإذاعات المحلية؟

....

....

....

....

....

....